

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Амурский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

сборник учебно-методических материалов
для направления подготовки 43.03.02 - Туризм

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
факультета международных отношений
Амурского государственного
университета*

Составитель: Феоктистов С.В.

Организация туристской деятельности: сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 43.03.02 – Туризм. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017.- 26 с.

© Амурский государственный университет, 2017
© Кафедра международного бизнеса и туризма, 2017
© Феоктистов С.В., составление

СОДЕРЖАНИЕ

1	Краткий конспект лекций	4
2	Методические указания к практическим занятиям	14
3	Методические указания для самостоятельной работы студентов	23
4	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	24

1 КРАТКИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Тема 1. Основные принципы и теоретические основы организации туристской деятельности.

План лекции

1. Особенности организации туристской деятельности в сфере въездного, внутреннего и выездного туризма.
2. Государственное регулирование туристской деятельности.
3. Нормативные акты РФ и влияние их положений и новейших изменений на работу туроператоров и турагентов.

Цель лекции:

Рассмотреть особенности организации туристской деятельности и ее государственное регулирование

Задачи лекции:

1. Проанализировать теоретические основы и общие прикладные аспекты организации туристской деятельности
2. Рассмотреть механизмы государственного регулирования туристской деятельности
3. Проанализировать отличия в организации въездного, внутреннего и выездного туризма

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

Организация туристской деятельности

Государственное регулирование туристской деятельности

Туристская деятельность — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий; специфическая разновидность сервисной и, в частности, социокультурной деятельности, нацеленной, с одной стороны, на реализацию людьми своих потребностей в активном отдыхе и туристических путешествиях, с другой — на организацию этих путешествий и предоставление потребителям в связи с этим множества предметов, продуктов и услуг разнообразного типа, вида и качества. Субъектом туристской деятельности могут выступать также органы государственной и муниципальной власти, осуществляющие определенную политику в области туризма

На основании ст. 4 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются: обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий; охрана окружающей среды; создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов; развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан РФ, развитие международных контактов, сохранение объектов туристического показа, рациональное использование природного и культурного наследия.¹

¹ Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

Основным федеральным органом исполнительной власти в Российской Федерации по туризму является Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), которое создано Указом Президента РФ от 18 ноября 2004 г. № 1453 и Указом Президента РФ от 21 мая 2012 г. № 636 «О структуре федеральных органов исполнительной власти», где отмечается, что Ростуризм подведомственен Министерству культуры РФ и руководство его деятельностью осуществляет данное министерство.

В соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в сферу государственного регулирования включены такие важные способы регулирования туризма и туристской деятельности, как целевые и отраслевые программы развития туризма, информационное обеспечение туризма, классификация и стандартизация объектов туристской индустрии и др. Вместо неэффективного лицензирования туристской деятельности вводится механизм финансового обеспечения ответственности туроператоров, а также Единый федеральный реестр туроператоров.²

Основные отличия в организации въездного, внутреннего и выездного туризма. Развитие въездного туризма как приоритетное направление развития региона. Ориентация туристских предприятий на выездной туризм как приоритет своей деятельности и ее Основным федеральным органом исполнительной власти в Российской Федерации по туризму является Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), которое создано Указом Президента РФ от 18 ноября 2004 г. № 1453 и Указом Президента РФ от 21 мая 2012 г. № 636 «О структуре федеральных органов исполнительной власти», где отмечается, что Ростуризм подведомственен Министерству культуры РФ и руководство его деятельностью осуществляет данное министерство.

В соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в сферу государственного регулирования включены такие важные способы регулирования туризма и туристской деятельности, как целевые и отраслевые программы развития туризма, информационное обеспечение туризма, классификация и стандартизация объектов туристской индустрии и др. Вместо неэффективного лицензирования туристской деятельности вводится механизм финансового обеспечения ответственности туроператоров, а также Единый федеральный реестр туроператоров.¹

Тема 2. Организация въездного туризма.

План лекции

1. Формы организации туристской деятельности и особенности формирования турпродукта въездного туризма.
2. Развитие въездного туризма как приоритетное направление экономического роста региона.
3. Общие принципы и особенности продвижения и реализации турпродукта въездного туризма.

Цель лекции:

Рассмотреть особенности формирования и реализации турпродукта въездного туризма

Задачи лекции:

² Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

1. Проанализировать особенности въездного туризма
2. Рассмотреть основные тенденции и проблемы развития въездного туризма
3. Рассмотреть проблемы реализации турпродукта въездного туризма

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

Въездной туризм

Развитие региона

Инфраструктура туризма

Международная туристская деятельность включает в себя туризм выездной или въездной. Отметим, что данные формы туризма различаются в международной деятельности только по направлению туристского потока. Турист, причем один и тот же, может быть классифицирован как выезжающий и въезжающий одновременно, и это зависит от того, из какой страны он выезжает и в какую страну въезжает, а также какая страна является его постоянным местом жительства. Если турист выезжает из страны своего постоянного места жительства, то это выездной туризм. Дефиниции въездного и выездного туризма используются только в международном туризме и применяются к зарубежному путешествию в начале туристической поездки, так как возвращается турист всегда домой. Организация международного туризма сопровождается пересечением государственной границы и соблюдением туристских формальностей.³

Въездной туризм – это деятельностная система, целью которой являются разработка и продвижение национального туристического продукта на зарубежных туристических рынках, связанные с обслуживанием прибывающих иностранных туристов на территории собственного государства.

Въездной туризм представляет собой деятельность, направленную на создание туристского продукта и доведение его до иностранных потребителей. Отличительными чертами въездного туризма как вида туристской деятельности является: необходимость ориентации производственной деятельности на иностранных потребителей, что вызывает ряд определенных трудностей, связанных с маркетинговыми исследованиями, продвижением национального туристического продукта, его ценообразованием и сбытом; необходимость применения в процессе формирования туристического продукта только услуг национальных поставщиков, уровень качества которых соответствует существующим международным стандартам (прежде всего это касается средств размещения); собственная и во многом уникальная нормативно-правовая база деятельности.⁴

Субъектом туристической деятельности во въездном туризме является фирма – рецeптив (или принимающая туристическая фирма), потребителем является иностранный турист, то есть по определению ВТО, любое лицо, которое путешествует в какую-либо страну, не являющуюся страной его обычного местожительства и находящуюся за пределами его обычной среды на срок, не превышающий 12 месяцев, главной целью которого не является занятие деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемой стране.

Особенностями въездного туризма являются:

1. Высокая степень информированности туроператора об особенностях качества туристических услуг национальных поставщиков, а также условиях (экономических и правовых) их производства.

³ Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

⁴ Въездной туризм. Туристическая фирма «СВ-Астур» (Электронный ресурс). Режим доступа: <https://www.svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/vezdnoy-turizm.html>

2. Ориентированность туристического продукта на иностранного потребителя, требующая больших затрат на изучение рынка сбыта и реализацию продукта.

3. Особая роль государства, осуществляющего мероприятия по поддержке национального турпродукта.

4. Конкурентные преимущества отечественных туроператоров в создании качественного и привлекательного национального турпродукта.

5. Особые требования к квалификационному уровню сотрудников фирм-рецептивов: знание иностранных языков, совместная работа с туристическими поставщиками, услуги которых отвечают международным стандартам качества, знание правил налогообложения и бухгалтерского учета коммерческой деятельности по приему иностранных туристов.

6. Необходимым условием осуществления въездного туризма является наличие у фирмы-рецептива полномочий по оказанию визовой поддержки прибывающим из-за рубежа туристам.

Экономическое значение въездного туризма для отраслевых и макропоказателей экономики в мировом масштабе очень велико. Туризм является высокодоходной отраслью, сравнимой по эффективности инвестиционных вложений с нефтегазодобывающей и перерабатывающей. В сфере въездного туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса.⁵

Тема 3. Организация внутреннего туризма.

План лекции

1. Формы организации туристской деятельности и особенности формирования турпродукта внутреннего туризма.
2. Развитие внутреннего туризма как приоритетное направление экономического роста региона.
3. Общие принципы и особенности продвижения и реализации турпродукта внутреннего туризма.

Цель лекции:

Рассмотреть особенности формирования и реализации турпродукта внутреннего туризма

Задачи лекции:

1. Проанализировать особенности внутреннего туризма
2. Рассмотреть основные тенденции и проблемы развития внутреннего туризма
3. Рассмотреть проблемы реализации турпродукта внутреннего туризма

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

Внутренний туризм

Развитие региона

Инфраструктура туризма

Внутренний туризм – это туризм внутри страны. Сегодня государство заинтересовано в том, чтобы его граждане проводили свой отдых внутри страны, так как это способ-

⁵ Въездной туризм. Туристическая фирма «СВ-Астур» (Электронный ресурс). Режим доступа: <https://www.svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/vezdnoy-turizm.html>

ствуется не только развитию сферы туризма, а и принесет немаловажный доход в бюджет государства. Исходя из этого, главной задачей министерства туризма и его подведомственных органов способствовать развитию туризма внутри страны. Внутренний туризм осуществляется в пределах национальных границ этой страны. Он включает в себя:

1. Многочисленные экскурсии и туры по историческим местам государства.
2. Курортный отдых, который позволяет расслабиться и отвлечься от трудовой суеты.
3. Лечебно-профилактический отдых на территории санаториев и лечебных профилакториев.
4. Зимний отдых.
5. Летний отдых.

Развитие внутреннего туризма во многом зависит от программ и мероприятий, которые направлены на развитие курортных и лечебно-профилактических зон, способствует созданию современных условий отдыха, обеспечивающих курортно-туристические организации современным оборудованием и технологиями лечения.

Внутренний туризм – это разнообразные путешествия, которые осуществляются лицами в пределах своего государства.

Сегодня на территории каждого государства активно развивается внутренний туризм. Он занимает большой вес в туристической сфере государства и приносит ему колоссальную прибыль. Существуют как государственные, так и частные организации, которые предоставляют гражданам разнообразные программы отдыха и профилактического лечения в стране в различных курортных санаториях и базах.

Внутренним туризмом можно считать горнолыжный отдых, отдых на море, на базах и в санаториях, расположенных в зонах, имеющих природные лечебные ресурсы.⁶

Тема 4. Организация выездного туризма.

План лекции

1. Формы организации туристской деятельности и особенности формирования турпродукта выездного туризма.
2. Развитие выездного туризма как приоритетное направление развития туристского предприятия
3. Общие принципы и особенности продвижения и реализации турпродукта выездного туризма.

Цель лекции:

Рассмотреть особенности формирования и реализации турпродукта выездного туризма

Задачи лекции:

1. Проанализировать особенности выездного туризма
2. Рассмотреть основные тенденции и проблемы развития выездного туризма
3. Рассмотреть проблемы реализации турпродукта выездного туризма

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

Выездной туризм

Инфраструктура туризма

⁶ Внутренний туризм. Ze Student Journal: информационный портал (Электронный ресурс). Режим доступа: <http://zsj.ru/vnutrenniy-turizm.html>

Международные дестинации

Выездной туризм – это путешествия на отдых в зарубежные страны мира. Благодаря глобализации и упрощению многими государствами визового режима, международные поездки приобрели в последнее время невероятную популярность. Сегодня выездной туризм это не только вид отдыха, но и одна из форм экономических, политических, социальных и культурных связей между государствами. Выездной туризм, как отдельная категория поездок чрезвычайно динамично развивается.

Если в 1950 г. международные поездки с целью туризма совершили 25 млн. человек, то в настоящее время данный показатель составляет более полумиллиарда человек в год. Для многих стран международный туризм является солидным или даже главным источником дохода от экспорта товаров и услуг. В таких странах, как Панама, Кипр, Гаити доходы от туризма превышают половину всех экспортных поступлений. И даже вполне европейские и экономически развитые Испания, Греция и Австрия получают за счет туризма более трети всей выручки от экспорта.

Выездной туризм в западноевропейских странах

Выездной туризм наиболее развит в западноевропейских странах, где помимо многочисленных историко-культурных объектов и рекреационных ресурсов имеется превосходная инфраструктура отдыха. На долю данного региона приходится не менее 60% финансового оборота международного туризма. Около 20% приходится на государства обеих Америк и около 10% на азиатские, африканские страны, Австралию и Океанию. Государства, принимающие участие в туристическом обмене, подразделяются на поставщиков туристов, и принимающие их страны. К первым относятся США, западноевропейские государства, Канада и Австралия. Наиболее популярными направлениями международного туризма являются Кипр, Португалия, Греция, Австрия, Италия, Швейцария, Турция, Египет и Мексика.

Виды выездного туризма

Будучи целой отраслью экономики, выездной туризм классифицируется так же, как туризм в целом. В зависимости от целей поездки, он может быть курортным, оздоровительным, познавательным или активным. Наиболее популярным видом выездного туризма являются экскурсионные поездки для ознакомления с культурными, историческими и природными достопримечательностями. С развитием международных экономических отношений, все большую популярность приобретает деловой выездной туризм с целью проведения бизнес-переговоров и установления контактов с зарубежными партнерами. Традиционными направлениями международного туризма являются путешествия на курорты субтропических стран, шоп-туры, а также поездки с целью лечения и оздоровления.⁷

Тема 5. Организация туроператорской деятельности.

План лекции

1. Требования к организации туроператорской деятельности, требования к обслуживанию потребителей туристских услуг.
2. Специфические особенности туроператорской деятельности.
3. Принятие решений в работе туроператора с учетом внешних и внутренних факторов.

Цель лекции:

⁷ Выездной туризм. Travelluxtour (Электронный ресурс). Режим доступа: <https://travelluxtour.info/vidy-turizma/vyezdnoy-turizm/>

Анализ деятельности туроператора и требований к обслуживанию со стороны туроператора

Задачи лекции:

1. Рассмотреть особенности организации туроператорской деятельности
2. Проанализировать основные проблемы туроператорской деятельности
3. Выявить требования к обслуживанию туристов со стороны туроператора

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

Туроператор

Туроператорская деятельность

Туристско-рекреационное проектирование

Рекреационные потребности

Туроператорская деятельность - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее - туроператор).

Туроператор составляет дифференцированные туристические продукты из составляющих услуг в соответствии с требованиями и пожеланиями клиентов.

Туроператор разрабатывает туристические маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания по своим туристическим продуктам, определяет цены на и наконец передает турпродукт агенту для их последующего продвижения и реализации туристам.

Главной рыночной ролью этих организаций является соединение поставщиков услуг с клиентами-туристами. Это специфический туристский вид бизнеса. Здесь важен правильный выбор поставщиков услуг, основанный на профессиональных знаниях туристского рынка, бизнеса, особенностей его развития и рычагов управления.

Интенсивное развитие индустрии туризма, возникновение и усиление конкуренции повлияли на формирование структуры туроператоров и предопределили их дальнейшую специализацию.

По виду деятельности туроператоры бывают:

- операторами массового рынка – они продают большое число туристских пакетов, в которые часто включаются чартерные авиарейсы в определенные пункты назначения, главным образом в места развития массового туризма;

- специализированными операторами – они специализируются на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т.д.).⁸

В свою очередь специализированные операторы подразделяются на туроператоров:

- специального интереса (например, организация сафари в Африке);
- специального места назначения (например, фирмы, специализирующиеся только на Англии или Испании);
- определенной клиентуры (молодежные, бизнес-туры, семейные туры и т.д.);
- специальных мест назначения (например, турбазы);
- использующих определенный вид транспорта (автобусы, теплоходы и т.д.);

По месту деятельности туроператоры бывают:

- местными (внутренними) – они ориентируют туристические пакеты в пределах Российской Федерации;
- выездными – они ориентируют туристические пакеты на зарубежные страны;

⁸ Туроператорская и турагентская деятельность. Audit It. Информационный портал (Электронный ресурс). Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a89/44660.html>

- операторами на приеме – они базируются в месте назначения (в стране назначения) и обслуживают прибывающих иностранных туристов в пользу других операторов и агентов.

Кроме того, туроператоров можно подразделить на инициативных и рецептивных.

Инициативные туроператоры – это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или с туристскими организациями. Отличим их от туристских агентств, занимающихся исключительно продажей чужих туров, является то, что они занимаются комплектацией туристского продукта, состоящего из не менее чем трех услуг:

- размещение;
- транспортировка туристов;
- любая другая, не связанная с вышеназванными, услуга.

Классический инициативный туроператор формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения (по маршруту), обеспечивает проезд к месту начала путешествия и обратно и организует предоставление внутримаршрутного транспорта. К таким туроператорам относятся выездные туроператоры и внутренние туроператоры, занимающиеся отправкой внутренних туристов в другие регионы страны.

Рецептивные туроператоры – это туроператоры на приеме, то есть комплектующие туры и программы обслуживания туристов с использованием прямых договоров с поставщиками услуг (гостиницами, организациями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т.д.).

Согласно действующему международному и российскому законодательству за качество предоставленной услуги полную ответственность перед туристом несет та организация, которая сформировала и продала ему пакет услуг, независимо от того, сама она предоставляет эти услуги или третье лицо (поставщик услуг).⁹

Тема 6. Организация турагентской деятельности.

План лекции

1. Требования к организации турагентской деятельности, требования к обслуживанию потребителей туристских услуг.
2. Специфичные особенности турагентской деятельности.
3. Новейшие изменения в алгоритме и отдельных практических аспектах деятельности турагентств.

Цель лекции:

Анализ турагентской деятельности и требований к туристскому обслуживанию

Задачи лекции:

1. Рассмотреть особенности организации турагентской деятельности
2. Проанализировать основные проблемы турагентской деятельности
3. Выявить требования к обслуживанию туристов со стороны турагентства

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

Турагент

Турагентская деятельность

⁹ Туроператорская и турагентская деятельность. Audit It. Информационный портал (Электронный ресурс). Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a89/44660.html>

Туристско-рекреационное проектирование Рекреационные потребности

Турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно. Турагентство – достаточно распространенный вид бизнеса в туризме. Значительная часть фирм действует как розничные турагентства, работая с клиентами напрямую.

Основные задачи турагентства:

- полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристическим центрам и т.д.;
- продвижение этой информации с помощью рекламы;
- организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, с использованием специфики и особенностей туристского бизнеса.

Туристические агентства могут иметь разнообразные формы:

- чисто туристические агентства по продаже туров, сформированных туроператорами, на условиях комиссионного вознаграждения;
- транспортно-туристические агентства по организации транстуров. Здесь есть перспективы для создания совместных фирм с транспортными организациями: авиационно-транспортными, авиакомпаниями, железными дорогами. Вариантом взаимодействия с перевозчиками также являются агентские соглашения по реализации транспортных билетов.

С точки зрения специфики деятельности, турагентства могут быть:

- многопрофильными (наиболее распространены), т.е. осуществляющими комплексное обслуживание любых клиентов, включая отпускников, командированных и пр.;
- специализированными, наиболее распространенными из которых являются коммерческие турагентства, организующие деловые поездки для крупных компаний, включая конгрессное обслуживание, а также специализирующиеся в организации отдыха.

Турагенты и туроператоры могут иметь разнообразные формы собственности.

Главной рыночной задачей как турагента, так и туроператора остается обеспечение устойчивого положения на туристском рынке и получение прибыли.

Турагенты и туроператоры различаются между собой:

- по системе доходов.

Туроператор имеет некоторый туристский продукт, и его прибыль формируется из разницы между затратами на его формирование и ценой продажи. Часто туроператор приобретает отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристский продукт со своим механизмом ценообразования.

В то же время турагент действует как розничный продавец, и его прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта либо из разницы между ценой покупки и ценой продажи туристского продукта. Турагент реализует туристский продукт (часто и отдельные услуги: авиабилеты, номера в гостиницах и т.д.) по ценам туроператоров;

- по принадлежности туристского продукта.

Туроператор всегда имеет запас туристского продукта для продажи, а турагент запрашивает определенный продукт (услугу) только тогда, когда клиент выражает покупательский интерес.¹⁰

¹⁰ Туроператорская и турагентская деятельность. Audit It. Информационный портал (Электронный ресурс). Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a89/44660.html>

Тема 7. Развитие туристских объектов региона.

План лекции

1. Развитие туристских объектов как основной фактор повышения эффективности организации туристской деятельности.
2. Региональный аспект развития туристских объектов.
3. Межрегиональные и международные маршруты как «двигатели» развития туристских объектов на уровне региона.

Цель лекции:

Сформировать общее представление о развитии туристских объектов на региональном уровне

Задачи лекции:

1. Рассмотреть основные инструменты развития туристских объектов
2. Выявить основные тенденции и проблемы развития туристских объектов на региональном уровне

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

Туристский объект
Инфраструктура туризма

Существуют прямо противоположные мнения о влиянии туризма на развитие экономики страны. Одно из них заключается в том, что туризм способствует созданию новых рабочих мест, уменьшению дефицита валютных платежей в стране, усилению экономики, развитию производства товаров и услуг, прямо или косвенно удовлетворяющих туристские нужды и желания, выполняет функцию сглаживания, т. е. перераспределения доходов населения из регионов с более развитой экономикой в слаборазвитые регионы, но располагающие богатыми природными ресурсами (сельскохозяйственные), способствуя тем самым повышению уровня жизни населения данных регионов (стран). Другое мнение сводится к тому, что туризм изменяет направление инвестиционной активности, ослабляет экономику, приводит к исчезновению национальных обычаев и т. д.

Значительное влияние туризма на формирование валового национального продукта страны и региона, на сокращение безработицы и сбалансированность валютных платежей приводит к тому, что экономика туризма принимается во внимание при планировании развития экономики страны в целом. Развитие туризма трудно планировать и прогнозировать на длительное время, так как имеется слишком много влияющих на него факторов. Но он может быть организован таким образом, чтобы можно было быстро приспособиться к различным изменениям в экономике, политике, потребностях и т. п. В этом случае туризм будет важным фактором экономического прогресса страны. Следует отметить, что для включения туризма в процесс развития экономики страны и региона необходимо планировать и контролировать туристскую отрасль. Прежде всего необходимо определить объем ресурсов для ее развития, лимиты по развитию туризма, негативные результаты недоиспользования или перерасхода лимитов, базируясь на опыте предыдущих лет и других стран.¹¹

¹¹ Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604>

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Основные принципы и теоретические основы организации туристской деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности организации туристской деятельности в сфере въездного, внутреннего и выездного туризма.
2. Нормативно-правовая база туристской деятельности и ее последние изменения
3. Влияние последних изменений нормативно-правовой базы на отдельные прикладные аспекты туристской деятельности

На занятии проводится устное собеседование по выше перечисленным вопросам.

Рекомендации к изучению темы.

На практическом занятии необходимо закрепить теоретические основы и основные принципы организации туристской деятельности, проработать нормативные документы, регулирующие туристскую деятельность на государственном уровне. Необходимо обратить особое внимание на новейшие изменения в законодательстве РФ, имеющие отношение к туристской индустрии. Рекомендуется обсудить влияние этих изменений на практические аспекты туроператорской и турагентской деятельности.

Основная

1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604>
2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 445 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444>

Дополнительная

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFACDE0>
2. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 165 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/8305C85C-5356-43EC-9FDB-91A639FEC801>
3. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4E2499C-C9BC-4664-9824-CFBDE61F7239>
4. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Мо-

- дуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>
5. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 442 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/3A7D0FAE-6682-4CA7-9927-B05B60813B95/strategicheskiy-menedzhment-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma>
 6. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

Тема 2. Организация въездного туризма.

Вопросы для обсуждения:

1. Формы организации туристской деятельности и особенности формирования турпродукта въездного туризма.
2. Развитие въездного туризма как приоритетное направление экономического роста региона.
3. Роль межкультурных коммуникаций в туристско-рекреационном проектировании.
4. Использование туристкой инфраструктуры для организации въездного туризма.
5. Инновации в организации въездного туризма.
6. Общие принципы и особенности продвижения и реализации турпродукта въездного туризма.
7. Использование информационных технологии и маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения и реализации турпродукта въездного туризма.
8. Оптимизация турпродукта в соответствии с региональными социально-экономическими и природными условиями.

На занятии проводится коллоквиум по выше перечисленным вопросам.

Рекомендации по проведению коллоквиума

Перед проведением коллоквиума группа студентов разделяется на мини-группы по 3-4 человека, каждой мини-группе дается задание проанализировать вопросы организации въездного туризма в регионе, основные проблемы и возможности развития данного вида туризма, а также статистические материалы по въездному туризму региона. Затем проводится обсуждение в формате коллоквиума по запланированным вопросам с участием всех мини-групп. Особое внимание следует уделить инновациям в организации въездного туризма и их эффективности их внедрения.

Основная

1. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 445 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444>

Дополнительная

1. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 314 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Ре-

- жим доступа: <https://biblio-online.ru/book/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3>
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFCACDE0>
 3. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 162 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/15D8055A-3A58-44E8-8D22-2C551344110A>
 4. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>
 5. Константинов, Ю. С. Детско-юношеский туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / Ю. С. Константинов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 455 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/2DC3C777-8400-4990-A1EE-5773E2A5CD6C/detsko-yunosheskiy-turizm>
 6. Образовательный туризм в России : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; под ред. С. Ю. Житенёва. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 198 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/96402FF9-C8DE-44BD-AA80-1F0F70719F87/obrazovatelnyy-turizm-v-rossii>
 7. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

Тема 3. Организация внутреннего туризма

Вопросы для обсуждения:

1. Формы туристской деятельности в сфере внутреннего туризма.
2. Развитие внутреннего туризма как приоритетное направление экономического роста региона.
3. Факторы формирования спроса на турпродукт внутреннего туризма.
4. Особенности организации туров для местного населения.
5. Использование туристкой инфраструктуры для организации внутреннего туризма.
6. Инновации в организации внутреннего туризма.
7. Общие принципы и особенности продвижения и реализации турпродукта внутреннего туризма.
8. Использование информационных технологии и маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения и реализации турпродукта внутреннего туризма.
9. Оптимизация турпродукта в соответствии с региональными социально-экономическими и природными условиями.

На занятии проводится устное собеседование по выше перечисленным вопросам.

Рекомендации к изучению темы.

На практическом занятии необходимо подробно обсудить особенности организации внутреннего туризма, использовании туристской инфраструктуры для его организации, и основные проблемы, возникающие на локальном и региональном уровнях по организации внутреннего туризма. Обсуждение должно сопровождаться наглядными примерами, демонстрирующими конкретные проблемы и положительные моменты в развитии внутреннего туризма. Особое внимание следует уделить инновациям в организации внутреннего туризма и их эффективности их внедрения. Рекомендуется также обсудить разнообразие турпродукта внутреннего туризма как его ключевую качественную составляющую.

Основная

1. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 445 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444>

Дополнительная

1. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 314 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3>
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFCACDE0>
3. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 162 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/15D8055A-3A58-44E8-8D22-2C551344110A>
4. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>
5. Константинов, Ю. С. Детско-юношеский туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / Ю. С. Константинов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 455 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/2DC3C777-8400-4990-A1EE-5773E2A5CD6C/detsko-yunosheskiy-turizm>
6. Образовательный туризм в России : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; под ред. С. Ю. Житенёва. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 198 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/96402FF9-C8DE-44BD-AA80-1F0F70719F87/obrazovatelnyy-turizm-v-rossii>
7. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные.

— М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

Тема 4. Организация выездного туризма

Вопросы для обсуждения:

1. Формы организации туристской деятельности и особенности формирования турпродукта выездного туризма.
2. Факторы формирования спроса на турпродукт выездного туризма.
3. Роль межкультурных коммуникаций в туристско-рекреационном проектировании.
4. Использование туристкой инфраструктуры для организации зарубежных туров и формирования турпродукта.
5. Инновации в организации выездного туризма.
6. Общие принципы и особенности продвижения и реализации турпродукта выездного туризма.
7. Использование информационных технологии и маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения и реализации турпродукта выездного туризма.

На занятии проводится коллоквиум по выше перечисленным вопросам.

Рекомендации по проведению коллоквиума

Перед проведением коллоквиума группа студентов разделяется на мини-группы по 3-4 человека, каждой мини-группе дается задание проанализировать вопросы организации выездного туризма, основные проблемы и возможности развития данного вида туризма, а также статистические материалы по выездному туризму. Затем проводится обсуждение в формате коллоквиума по запланированным вопросам с участием всех мини-групп. Особое внимание следует уделить инновациям в организации выездного туризма, продвижении турпродукта выездного туризма, и их эффективности их внедрения.

Основная

1. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 445 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444>

Дополнительная

1. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 314 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3>
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFA0DE0>
3. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 162 с. —

- (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/15D8055A-3A58-44E8-8D22-2C551344110A>
4. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>
 5. Константинов, Ю. С. Детско-юношеский туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / Ю. С. Константинов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 455 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/2DC3C777-8400-4990-A1EE-5773E2A5CD6C/detsko-yunosheskiy-turizm>
 6. Образовательный туризм в России : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; под ред. С. Ю. Житенёва. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 198 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/96402FF9-C8DE-44BD-AA80-1F0F70719F87/obrazovatelnyy-turizm-v-rossii>
 7. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

Тема 5. Организация туроператорской деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Требования к организации туроператорской деятельности, требования к обслуживанию потребителей туристских услуг.
2. Специфичные особенности туроператорской деятельности.
3. Проектная деятельность туроператора.
4. Особенности функционирования внутренней организационной структуры туристского предприятия – туроператора,
5. Принятие решений в работе туроператора с учетом внешних и внутренних факторов.

На занятии проводится устное собеседование по выше перечисленным вопросам.

Рекомендации к изучению темы.

На практическом занятии необходимо детально обсудить особенности организации туроператорской деятельности, в том числе проектную деятельность, Необходимо обратить особое внимание на деятельность туроператора по проектированию и внедрению новых турпродуктов, формированию новых пакетов туристских услуг. Обсуждение должно сопровождаться наглядными примерами, демонстрирующими конкретные проблемы и положительные моменты в туроператорской деятельности. Особое внимание следует уделить инновациям в организации туроператорской деятельности

Основная

1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604>

2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 445 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444>

Дополнительная

1. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 165 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/8305C85C-5356-43EC-9FDB-91A639FEC801>
2. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4E2499C-C9BC-4664-9824-CFBDE61F7239>
3. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>
4. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 442 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/3A7D0FAE-6682-4CA7-9927-B05B60813B95/strategicheskij-menedzhment-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma>
5. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

Тема 6. Организация турагентской деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Требования к организации турагентской деятельности, требования к организации туристского обслуживания.
2. Специфические особенности туроператорской деятельности.
3. Государственно-частное партнерство в турагентской деятельности
4. Особенности функционирования внутренней организационной структуры туристского предприятия – турагента,
5. Принятие решений в работе турагента с учетом внешних и внутренних факторов.

На занятии проводится устное собеседование по выше перечисленным вопросам.

Рекомендации к изучению темы.

На практическом занятии необходимо детально обсудить особенности организации турагентской деятельности, в том числе проектную деятельность. Необходимо обратить особое внимание на деятельность турагентства по продвижению туристских услуг на региональном рынке. Обсуждение должно сопровождаться наглядными примерами, демонстрирующими конкретные проблемы и положительные моменты в турагентской деятельности. Особое внимание следует уделить инновациям в организации турагентской деятельности.

Основная

1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604>
2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 445 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444>

Дополнительная

1. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 165 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/8305C85C-5356-43EC-9FDB-91A639FEC801>
2. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4E2499C-C9BC-4664-9824-CFBDE61F7239>
3. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>
4. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 442 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/3A7D0FAE-6682-4CA7-9927-B05B60813B95/strategicheskiy-menedzhment-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma>
5. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

Тема 7. Развитие туристских объектов региона.

Вопросы для обсуждения:

1. Развитие туристских объектов как основной фактор повышения эффективности организации туристской деятельности.
2. Региональный аспект развития туристских объектов.
3. Основные тенденции развития туристских объектов региона
4. Ориентация развития туристских объектов региона на внутренний и внешний спрос
5. Продвижение и реализация турпродукта въездного туризма как ключевой инструмент развития туристских объектов региона
6. Продвижение и реализация турпродукта внутреннего туризма
7. Инновации в развитии туристских объектов региона
8. Основные проекты развития туристских объектов и проблемы их реализации
9. Имидж туристских объектов региона как важная составляющая их развития

10. Межрегиональные и международные маршруты как «двигатели» развития туристских объектов на уровне региона.

На занятии проводится «круглый стол» по выше перечисленным вопросам.

Рекомендации по проведению «круглого стола»

Перед проведением коллоквиума группа студентов разделяется на мини-группы по 3-4 человека, каждой мини-группе дается своя роль и задание проанализировать региональные аспекты организации туризма, основные проблемы и возможности развития туризма на региональном уровне, а также статистические материалы по региональному туризму. Затем проводится обсуждение в формате «круглого стола» по запланированным вопросам с участием всех мини-групп. Особое внимание следует уделить инновациям в развитии туристских объектов региона, формировании их имиджа и включения туристских объектов во внутрорегиональные, межрегиональные и трансграничные программы туров.

Основная

1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604>
2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 445 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444>

Дополнительная

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFCACDE0>
2. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 162 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/15D8055A-3A58-44E8-8D22-2C551344110A>
3. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4E2499C-C9BC-4664-9824-CFBDE61F7239>
4. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>
5. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 442 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа:

<https://biblio-online.ru/book/3A7D0FAE-6682-4CA7-9927-B05B60813B95/strategicheskiy-menedzhment-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma>

6. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Организация туристской деятельности» направлена на углубленное изучение теоретических вопросов, охватывающих основное содержание курса.

Итоги самостоятельной работы студенты представляют на практических занятиях в форме докладов и во время обсуждения различных вопросов и проблем, на консультациях – в форме обсуждения содержания изученного материала с преподавателем.

В число видов работ, выполняемых студентами самостоятельно, входят: работа с научной и учебной литературой в соответствии со списком обязательной и дополнительной литературой, рекомендованной по курсу, подготовка сообщений для представления на занятиях, анализ проблемных ситуаций, предлагаемых для самостоятельного изучения в аудитории и последующего коллективного обсуждения.

При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться со списком вопросов для обсуждения, изучить основную литературу, ответить на контрольные вопросы, приведенные в учебниках и учебно-методических пособиях, выполнить предусмотренные в них задания для самостоятельной работы.

Неотъемлемой частью самостоятельной работы студентов является выработка умения использовать справочную литературу (словари, энциклопедии и т.д.), а также другие источники справочной информации в процессе подготовки к практическим занятиям, анализу конкретных учебных ситуаций (case study) и индивидуальным заданиям.

Одной из форм самостоятельной деятельности студента является написание докладов. Выполнение такого вида работ способствует формированию у студента навыков самостоятельной научной деятельности, повышению его теоретической и практической подготовки, лучшему усвоению учебного материала.

В процессе реферирования научной литературы и подготовки доклада как формы отчета о проделанной работе студенты должны не только получить представление об основных тенденциях в сфере гостеприимства и их проявлениях в международной туристской индустрии, но и разобраться в конкретных аспектах – объектах докладов.

Практические занятия способствуют углубленному изучению дисциплины, развитию аналитических способностей, формированию умения применять на практике методические приемы познания, развитию навыка обобщения материала, формулирования выводов, приобретению навыков использования теоретических и прикладных знаний в практической деятельности, осуществлению контроля за ходом обучения.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Повторение представленного в ходе практических занятий материала.
2. Подготовку к практическим занятиям (подготовку докладов, ответы на контрольные вопросы, выполнение практических заданий).
3. Поиск информации по рассматриваемым в рамках практических занятий вопросам на основе списка основной и дополнительной литературы.
4. Работу с учебной, научно-популярной и научной литературой, справочниками, словарями с целью самостоятельного поиска ответов на контрольные вопросы.

4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная

1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604>
2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 445 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444>

Дополнительная

1. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 314 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3>
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFCACDE0>
3. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 162 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/15D8055A-3A58-44E8-8D22-2C551344110A>
4. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 165 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/8305C85C-5356-43EC-9FDB-91A639FEC801>
5. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4E2499C-C9BC-4664-9824-CFBDE61F7239>
6. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>
7. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство

- Юрайт, 2018. — 442 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/3A7D0FAE-6682-4CA7-9927-B05B60813B95/strategicheskij-menedzhment-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma>
8. Константинов, Ю. С. Детско-юношеский туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / Ю. С. Константинов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 455 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/2DC3C777-8400-4990-A1EE-5773E2A5CD6C/detsko-yunosheskiy-turizm>
9. Образовательный туризм в России : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; под ред. С. Ю. Житенёва. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 198 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/96402FF9-C8DE-44BD-AA80-1F0F70719F87/obrazovatelnyy-turizm-v-rossii>
10. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
Программное обеспечение, обеспеченное лицензией		
1	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 г
Электронные библиотечные системы		
2	Электронная библиотека «Юрайт» https://www.biblio-online.ru	В Фонде электронной библиотеки более 3000 наименований, библиотека в основном содержит электронные учебники по различным дисциплинам для всех уровней профессионального образования, проверены ведущими научными школами.
3	Электронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru/	Электронно-библиотечная система IPRbooks — научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования
4	www.elibrary.ru	Электронная библиотека с большим количеством статей в научных журналах, в том числе полнотекстовых, и монографий