

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«Туроперейтинг»**

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Цель изучения дисциплины** – формирование у обучающихся комплекса основных понятий, составляющих основу туроператорской деятельности и базовых практических навыков, необходимых для практики турбизнеса.

**1.2. Задачи учебной дисциплины:**

1) формирование представлений о цикле работ по созданию, продвижению и реализации туров;

2) изучение особенностей программ обслуживания разных видов туризма, специфики отношений с поставщиками услуг, туристской документации, а также организации обслуживания туристов и правовом регулировании туроперейтинга;

3) приобретение обучающимися конкретных базовых практических навыков по овладению основными приемами создания турпродукта.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

**2.1. Цикл (раздел) ООП:**

Дисциплина «Туроперейтинг» относится к базовой части дисциплин профессионального цикла (Б1.Б.3).

**2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП**

Дисциплина «Туроперейтинг» опирается на знания, полученные студентами при изучении дисциплин «Организация деятельности предприятий туристской индустрии», «Основы туризма и гостиничной деятельности», «Экономические аспекты в туризме». Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Туроперейтинг» необходимы обучающимся в период прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы.

**3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ДПК-14	способностью организовывать маркетинговую деятельность на предприятиях туристской сферы	<b>Знать:</b> основные понятия категории, инструменты маркетинговой политики, инструментарий маркетингового анализа. <b>Уметь:</b> анализировать коммуникационные процессы в организации, применять инструменты стратегического маркетингового анализа на практике <b>Владеть:</b> навыками участия в разработке и реализации

		корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также маркетинговой стратегии
ПК-11	способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	<p><b>Знать:</b> особенности продвижения и реализации туристского продукта на предприятиях туриндустрии; технологию организации турагентской деятельности; принципы взаимодействия с туроператорами, партнерами и агентами влияния; технологические процессы продвижения и реализации турпродукта.</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать деятельность по продвижению турпродукта на предприятиях туристской сферы; определять основные стратегические задачи деятельности турагентства; осуществлять взаимодействие между турагентством и туроператорами, поставщиками услуг, партнерами и агентами влияния.</p> <p><b>Владеть (навыки и/или опыт деятельности):</b> навыками организации деятельности по продвижению турпродукта на предприятиях туристской сферы при реализации стратегии успешного ведения турбизнеса.</p>
ПК-2	способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме.	<p><b>Знать:</b> технологии обработки и интерпретирования с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме; организацию турагентской деятельности; принципы взаимодействия с туроператорами, партнерами и агентами влияния; юридические аспекты, связанные с туристской деятельностью; проблемы и ошибки в работе турагентства; технологические процессы продвижения и реализации турпродукта.</p> <p><b>Уметь:</b> обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной</p>

		<p>деятельности в туризме; определять основные стратегические задачи деятельности турагентства; осуществлять взаимодействие между турагентством и туроператорами, поставщиками услуг, партнерами и агентами влияния.</p> <p><b>Владеть (навыки и/или опыт деятельности):</b> навыками обработки и интерпретирования с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме; навыками креативного мышления при формировании стратегии успешного ведения турбизнеса; опытом ведения баз данных постоянных клиентов, поставщиков услуг; методами обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров; опытом использования компьютерных средств автоматизации на всех этапах турагентской деятельности.</p>
--	--	---

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### **Раздел 1. Особенности создания и функционирования турагентств**

Тема 1.1. Особенности туристического бизнеса.

Тема 1.2. Организационные и юридические аспекты в деятельности турпредприятия.

Тема 1.3. Технология открытия турагентства.

Тема 1.4. Планирование работы туристического агентства.

Тема 1.5. Построение системы продаж тур агентства.

Тема 1.6. Сотрудничество в турбизнесе.

##### **Раздел 2. Практические аспекты деятельности тур агентства**

Тема 2.1. Веб-сайт как инструмент продаж турагентства.

Тема 2.2. Особенности рекламы в туризме.

Тема 2.3. Эффективное управление персоналом тур агентства.

Тема 2.4. Взаимодействие персонала с клиентами тур агентства.

Тема 2.5. Ошибки и проблемы в турбизнесе.

#### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, экзамен), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии).

**Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:**

*Овчаренко Л.А., к.э.н., доцент кафедры туризма.*