

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебурова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 12:40:22

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba211a436411c8e9b

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

Методические указания по выполнению самостоятельных работ по дисциплине

«Технология организации туристской деятельности»

для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): «Туристическая деятельность»

Пятигорск, 20__

Методические указания предназначены для практических работ по дисциплине «Технология организации туристской деятельности» студентов направления подготовки: 43.03.02 Туризм, направленность (профиль): «Туристическая деятельность». Квалификация выпускника – бакалавр.

Методические указания содержат необходимый теоретический материал по изучаемой теме, задания для выполнения работы, список рекомендуемой литературы.

Протокол № ____ от « ____ » _____ 201__ г.

Заведующий кафедрой
туризма и гостиничного дела _____

И.В. Огаркова

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка

Виды самостоятельной работы, ее оценка и контроль

Методические рекомендации к СРС

Требования к представлению и оформлению результатов

Рекомендуемая литература

Пояснительная записка

Дисциплина «Технология организации туристской деятельности» осваивается студентами в 3 семестре. Часть этого времени (40,5 часа) отводится на аудиторные формы работы (лекционные и семинарские занятия), которые проводятся при непосредственном участии преподавателя. Вторая часть установленных стандартом часов (27 часов) отводится для самостоятельной, или внеаудиторной, работы студентов.

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (послесеминарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая его части являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Практическое занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На семинарском занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических заданий, направленных на формирование навыков работы в коллективе. К каждому семинарскому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре ТиГД.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане семинарских занятий специальную литературу;
- рекомендованную в плане семинарских занятий дополнительную литературу;
- Интернет-источники.

Виды самостоятельной работы, ее оценка и контроль

Самостоятельная работа по дисциплине «Организация Технология организации туристской деятельности» включает в себя два вида деятельности.

Первый вид – это вопросы, выносимые на самостоятельное изучение. Данные вопросы изучаются студентами самостоятельно, используя рекомендуемую литературу по дисциплине. Вопросы включаются в список вопросов к экзамену наравне с изученными на лекциях. Результаты изучения вопросов фиксируются студентами произвольно (конспект, ксерокс, электронный носитель). Проверка знаний по вопросам, выносимым на самостоятельное изучение, производится на семинарских занятиях в виде опроса. Ряд вопросов может быть проверен с помощью контрольных работ или тестов.

Второй вид – это самостоятельные практические задания. Студентам необходимо разработать тематический план, маршрут экскурсии, методическую разработку или написать отчет, творческую работу, текст фрагмента экскурсии, основываясь на рекомендуемую литературу по дисциплине. Результат самостоятельных практических заданий фиксируется в печатном виде на листах А4, шрифтом Times New Roman, 14 размером шрифта, полуторным интервалом, отступы вверху и внизу 20 мм, справа 30 мм, слева 15 мм. Титульный лист выдается на кафедре. Проверка результатов самостоятельных практических заданий производится на практических занятиях.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) баллы, накопленные по самостоятельной работе в качестве поощрительной составляющей на экзамене. В

спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями положительной самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
- б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами культуры речи;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

Формами контроля могут быть: тестирование, индивидуальное задание, проверка индивидуального творческого задания, проведение учебной экскурсии.

1. Общая характеристика самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Менеджмент в туризме».

К самостоятельной работе студентов относятся следующие виды работ:

- выполнение индивидуальных домашних заданий;
- написание конспектов, подготовка рефератов;
- самостоятельное изучение теоретического материала,
- выполнение письменных заданий (упражнений) к семинарским занятиям,
- подготовка докладов, докладов-презентаций и сообщений для выступления на семинарах.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) баллы, накопленные по самостоятельной работе в качестве бонусной

составляющей. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Формируемые компетенции данными видами деятельности:

Код	Формулировка:
<u>Профессиональные компетенции</u>	
ПК-1	способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности
ПК-4	способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями положительной самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
- б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами культуры речи;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

2. План-график выполнения самостоятельной работы студента

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов (астр)					Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические	СР	Групповые		
3 семестр								
Раздел 1. Зарождение и развитие сферы туризма в древности.								
1.	Зарождение и развитие сферы туризма в древности.	ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.	3	3	-	-	-	
2.	Туризм и его основные социально-экономические категории.		3	3	-	-	1,5	
3.	Туристская индустрия и ее структура.		3	3	-	-	1,5	
4.	Сущность и специфика туристского рынка.		1,5	1,5	-	-	1,5	
5.	Основы деятельности туристского предприятия.		3	3	-	-	1,5	
6.	Туристское предприятие как хозяйствующий субъект.		3	3	-	-	1,5	
Раздел 2. Технология проектирования тура.								
7.	Технология проектирования тура.	ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное	1,5	1,5	-	-	1,5	
8.	Тур-основной продукт деятельности туроператора		1,5	1,5	-	-	1,5	

9.	Услуги размещения, питания и транспортные перевозки в туризме.	программное обеспечение в туристской сфере ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.	1,5	1,5	-	-	1,5
10.	Характеристики и тенденции развития мирового гостиничного комплекса.		1,5	1,5	-	-	1,5
11.	Обеспечение качества туристского продукта.		1,5	1,5			1,5
12.	Требования к качеству туристского продукта.		1,5	1,5			1,5
13.	Страхование в туризме.		1,5	1,5			1,5
14.	Безопасность в туризме.		1,5	1,5			1,5
15.	Туристские формальности при осуществлении путешествий.		1,5	1,5			1,5
16.	Сущность туристских формальностей		1,5	1,5			1,5
17.	Международный туризм.		1,5	1,5			1,5
18.	Состояние и прогнозы развития международного туризма.		1,5	1,5			1,5
Итого за 3 семестр			27	27	-	-	27
Итого			27	27	-	-	27

Технологическая карта самостоятельной работы обучающихся

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
				CPC	Контактная работа с преподавателем	Всего
3 семестр						
ОПК-1 ОПК-4	Самостоятельное изучение литературы по темам № 1 – 10	Конспект материалов	Собеседование	5,79	1,11	6,9
	Подготовка к практическим занятиям по темам № 1 – 18	Конспект материалов	Собеседование	4,86	10,54	15,4
	Подготовка к практическим занятиям (круглому столу) по темам № 3,9,13,17	Сообщение	Доклад	1,4	3,3	4,7
	Итого за 3 семестр			12,05	14,95	27
Итого				12,05	14,95	27

Практическое занятие №1. Зарождение и развитие сферы туризма в древности.

Цель: Изучить сущность понятий «путешествие», «потенциал», «впечатление».

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Изучение исторических закономерностей развития сферы является важной составляющей прогнозирования деятельности..

Теоретическая часть: Структура туризма состоит из звеньев, уровней и связей. Звеньями являются отделы и другие подразделения, это могут быть и отдельные специалисты.

Все они управляют компанией или ее частями. Менеджеры тоже относятся сюда, так как они связывают и координируют несколько звеньев. Все связи между ними осуществляются по горизонтали. Звенья объединяются в уровни в зависимости от решаемых задач. У разных уровней разные ступени в иерархии, поэтому нижестоящие подчиняются вышестоящим. Руководители всех уровней не только руководят нижестоящими, но и сами выполняют какие-нибудь функции.

Структура туризма может быть линейной, когда у каждого исполнителя только один руководитель. Распоряжения отдаются сверху вниз по цепочке, при этом не допускается перескакивание отдельных звеньев. Функциональная структура более гибкая, поэтому применяется гораздо чаще. Начиная со среднего уровня, специалисты объединяются для выполнения конкретной узконаправленной задачи. Вторая структура применяется чаще как крупными предприятиями туризма, так и предприятиями мелкими.

Структура туризма включает в себя организаторов, которые разрабатывают продукт, продвигают его на рынке и реализовывают, организаций, размещающих туристов, предприятий питания, транспорта, бюро экскурсий, производственных предприятий, торговых, учебных и научных. Формирование продукта предусматривает согласование сроков перевозок, проживания, проведения экскурсий, посещения выставок, организации питания, и так далее. Время, цели, стоимость и качество всех услуг систематизируются и увязываются между собой в единый продукт. Затем туристическими операторами размещается реклама во всех доступных средствах массовой информации, проводятся выставки с рекламными целями для ознакомления как можно большего количества населения с продуктом. Они издадут каталоги, выпускают брошюры, участвуют в ярмарках.

Вопросы и задания:

1. Туризм как социально-экономическая система.
2. Факторы развития и функции туризма.
3. Стратегия развития туризма в России.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с

2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ

2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной

работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №2. Туризм и его основные социально-экономические категории.

Цель: Изучить особенности сферы деятельности турпредприятий с учетом экономического и социального аспектов.

Формируемые компетенции: ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере

Актуальность темы: Важно знать закономерности экономического и социального аспектов туротрасли.

Теоретическая часть: Туризм как социально-экономическая система есть совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

В основе системы туризма (по мнению К.Каспера) лежат две подсистемы:

- субъект туризма, т.е. турист – потребитель туристских услуг со всем многообразием его потребностей и мотивов поведения;
- объект туризма – состоящий из трех элементов: туристского региона, туристских предприятий и туристских организаций.

Существует два подхода к понятию «туристский регион». В первом случае он характеризуется как географическая территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов. Однако не всякая территория может быть отнесена к туристскому региону. Чтобы называться таковым она должна отвечать следующим основным требованиям:

- иметь объекты туристского интереса (памятники истории, культуры, музеи, флора, фауна и др.);
- представлять необходимые для удовлетворения потребностей туристов услуги (транспорт, обеспечение условий для проживания, питания, организации досуга и т.д.).

Вопросы и задания:

1. Всемирный туристский комплекс как система.
2. Основы программного туризма.
3. Туристская политика.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №3. Туристская индустрия и ее структура.

Цель: Изучить туристскую индустрию и её составляющие элементы структуры.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Туризм как социально-экономическая система есть совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью и необходимо учитывать особенности функционирования её составляющих.

Теоретическая часть: Туризм является сложной социально-экономической системой, подверженной влиянию многочисленных факторов, которые подразделяются на два вида:

- внешние (экзогенные);
- внутренние (эндогенные).

Внешние факторы воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений. К числу важнейших внешних факторов относятся:

- природно-географические (море, горы, климат и т.д.);
- культурно-исторические (памятники архитектуры, истории и культуры);
- экономические (наблюдается тесная взаимосвязь между тенденциями развития туризма и экономики);
- социальные (увеличение продолжительности свободного времени у населения, повышение уровня жизни, уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения и др.);
- демографические (численность населения, размещение его по отдельным странам и регионам, половозрастная структура, семейное положение и состав семьи);
- политико-правовые (политическая обстановка в мире и отдельных странах, политика открытия границ, смягчение административного контроля в сфере туризма, унификация налоговой и денежной политики);
- технологические (прогресс в технике и технологиях, развитие науки и др.);
- экологические (изменение природной среды, возникновение зон загрязнений).

Вопросы и задания:

1. Этапы развития российского туристского законодательства.
2. Сущность и специфика туристского рынка.
3. Структура туристского продукта.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №4. Сущность и специфика туристского рынка.

Цель: Изучить понятие туристского рынка, его сущность и закономерности функционирования.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Понимание закономерностей функционирования рынка туруслуг позволяет организовать его эффективное функционирования.

Теоретическая часть: В настоящее время разработан проект формирования комплексного научно-производственного центра с международными структурами. Суть этого проекта состоит, во-первых, в целенаправленном финансировании программ обучения и воспитания квалифицированных работников. Источником финансирования должны быть производственные затраты. Во-вторых, последовательность обучения.

Любая отрасль: туризм, экономическая конкуренция, технологические изменения, политика государства имеют тенденцию к постоянной изменчивости. Туристская продукция проходит по определенному циклу, который начинается с периода возникновения до полной реализации, а иногда и через периоды упадка. Базовое туристское предложение в виде туров, маршрутов и программ имеет свои собственные характеристики и стадии цикла.

Для успешного функционирования деловая стратегия должна изменяться с учетом возникающих экономических обстоятельств и изменений в туристском обращении. На первой стадии - стадии разработки продукта важным является момент решения. На второй стадии - умелый маркетинг и эффективный контроль сети сбыта. На заключительной стадии жизненно необходимым становится контроль текущих издержек.

Для того чтобы приспособиться к изменениям окружения возникает реальная необходимость перемен в стратегии предпринимательства. Так, например, пять-десять лет назад невозможно было представить приобретение тур продукта в кредит. Сегодня же многие туристские организации предоставляют кредит на приобретение путевки для

отдыха или путешествия. Подобная тактика позволяет компаниям увеличить контингент туристского привлечения, а, следовательно, увеличить рост поступлений и прибыльности.

Вопросы и задания:

1. Сегментирование рынка туруслуг.
2. Органы управления туризмом.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №5. Основы деятельности туристского предприятия.

Цель: Изучить основы деятельности туристского предприятия.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Главными задачами деятельности тур. предприятия является создание привлекательных тур. продуктов (которые соответствовали бы потребностям туристов), поддержание предложения на уровне спроса, а также конкурентоспособности тур. продукта.

Теоретическая часть: Для решения задач деятельности турпредприятия необходимо: 1) создать само тур. предприятие; 2) организовать его деятельность.

Давайте рассмотрим этапы создания тур. предприятия:

- определения миссий и целей деятельности предприятия;
- выбор организационно – правовой формы предприятия;
- обоснование организационной структуры управления;
- разработка учредительных документов, государственная регистрация и организационное оформление предприятия;
- оформление офиса предприятия;
- подбор и обучение персонала.

При выборе организационно-правовой формы деятельности предприятия нужно определить требуемый уровень и объем его возможных прав и обязательств. Принимая решение о выборе формы деятельности необходимо основываться на хозяйственном, предпринимательском и трудовом праве. В соответствии с национальным законодательством предприятия могут быть основаны на частной, коллективной, государственной и смешанной формах собственности. Исходя из этого, в туристском бизнесе могут действовать частные, коллективные, государственные, смешанные и иностранные предприятия. Субъектами хозяйствования могут выступать как физические, так и юридические лица.

Юридические лица могут представлять некоммерческие и коммерческие организации, последние в свою очередь можно разделить на четыре большие группы. К первой необходимо отнести хозяйственные, полные и коммандитные товарищества. Ко второй группе относятся хозяйственные общества, общества с ограниченной ответственностью (ООО), общества с дополнительной ответственностью (ОДО) и акционерные общества (АО) – открытые и закрытые. Третья группа включает в себя производственные кооперативы, а четвертая – унитарные предприятия.

Вопросы и задания:

1. Страхование ответственности туроператора.
2. Стандартизация в туризме.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб. пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб. пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №6. Туристское предприятие как хозяйствующий субъект.

Цель: Изучить туристское предприятие как хозяйствующий субъект.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Прекращение деятельности туристского предприятия может осуществляться путем реорганизации или ликвидации юридического лица.

Теоретическая часть:

Законодательство предусматривает пять форм реорганизации юридических лиц: слияние, присоединение, разделение, выделение и преобразование.

Сущность реорганизации юридического лица состоит в том, что предприятие не прекращает свою деятельность, а происходит общее (генеральное) или частное(сингулярное) правопреемство.

При слиянии юридических лиц права и обязанности каждого из них переходят к вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом.

При присоединении юридическое лицо получает права и обязанности присоединенного юридического лица.

В случае разделения права и обязанности юридического лица переходят к вновь возникшим юридическим лицам.

При выделении из состава юридического лица к каждому из организовавшихся юридических лиц переходят права реорганизованного лица.

При преобразовании юридического лица оно приобретает новую организационно-правовую форму.

Юридическое лицо признается реорганизованным с момента государственной регистрации вновь возникшего.

В отличие от реорганизации при ликвидации происходит полное прекращение деятельности предприятия.

Ликвидация юридического лица может быть добровольной и принудительной.

Вопросы и задания:

1. Сертификация в туризме.
2. Юридическая ответственность за нарушения в туристской индустрии.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Цель: Изучить технологию проектирования тура.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Предложение туроператоров отличается по ширине и глубине их рабочей программы.

Теоретическая часть: Широкое предложение охватывает множество разнообразных видов путешествий — например, отдых на побережье моря, экскурсионные и образовательные поездки, знакомство с городами. Предложение туроператора считается более глубоким, если для каждого вида путешествий предлагается большой выбор разнообразных продуктов.

Туроператоры различаются также и по экономическим целям. Не все предприятия при организации туров стремятся получить в первую очередь максимальную прибыль. В данной группе выделяются коммерческие туроператоры, общепользные (некоммерческие) туроператоры и предприятия «черного туризма». Основная цель коммерческих туроператоров — получение постоянной и большой прибыли. Некоммерческие туроператоры хоть и стремятся к экономичности, но интересы увеличения прибыли не стоят для них на первом плане. Намного большее значение они уделяют организационным и воспитательным целям. Эти цели могут носить социально-политическую, идеологическую или иную направленность. Обобщенно подобные предприятия можно отнести к организаторам туристских социальных мероприятий — например, коммунальное управление преследует какие-то социальные цели; церкви, профсоюзы или политические партии — идеологические цели; вузы — политико-образовательные цели. В группу туроператоров «черного туризма» входят предприятия, которые занимаются туристской деятельностью не постоянно, а по обстоятельствам. При этом они не имеют лицензии и не могут быть отслежены налоговыми органами. Чаще всего это частные лица, которые даже не подозревают о том, что они действуют как юридические лица (председатель какого-то производственного объединения решил организовать для своих сотрудников поездку в Москву. С этой целью он бронирует номера в гостинице и билеты на проезд до Москвы и обратно, заказывает экскурсию по городу и билеты в театр).

Понятия турпосредник и турбюро чаще всего употребляются как синонимы, но, строго говоря, они не всегда имеют одно и то же значение. Турпосредник — это собирательное понятие. Оно охватывает все предприятия и учреждения, которые в своей основной и дополнительной деятельности выступают как посредники. Определение турбюро относится только к тем предприятиям, основная деятельность которых заключена в посредничестве туристских услуг. Мы будем использовать оба выражения в одинаковом значении, так как турпосредники, не являющиеся турбюро, играют в туристской отрасли второстепенное значение. Пожалуй, ни в одной другой отрасли посреднической деятельности не придается такое большое значение, как в туризме. Это объясняется большой территориальной удаленностью между производителями и пользователями услуг (например, между гостиницей и отдыхающим), отсутствием представлений о рынке (потребитель редко знаком с предложениями страны, в которой он ни разу не бывал), необходимостью предварительного бронирования при ограниченных мощностях производителя услуг. Путешествия за границу, в мало знакомые места, бронируются почти всегда через несколько промежуточных структур. Если какой-либо турист в качестве индивидуала бронирует через швейцарское турбюро номер в гостинице или перелет в такую дальнюю страну, как Чили, то турбюро при этом покупает услуги у швейцарского международного туроператора, который в свою очередь закупает услуги за границей.

в сервисной организации должно быть направлено на минимизацию этого риска.

Вопросы и задания:

1. Характеристики и тенденции развития мирового гостиничного комплекса.
2. Состояние и перспективы развития рынка услуг предприятий питания.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №8. Тур- основной продукт деятельности туроператора

Цель: Изучить тур как основной продукт деятельности туроператора.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Ассортимент услуг турпосредников. Ассортимент — важнейший критерий, позволяющий различать турпосредников_

Теоретическая часть: Он определяется тем, с какими и со сколькими туроператорами и исполнителями услуг сотрудничает посредническое предприятие. В этом отношении выделяется восемь различных типов предприятий:

- турбюро, предлагающее полный набор туристских услуг. Данный тип турбюро осуществляет свою деятельность согласно лицензиям. Предприятие имеет лицензию международной ассоциации воздушного транспорта на продажу авиабилетов, часто также лицензию на продажу железнодорожных билетов, представляет интересы не только крупных, но и многих средних и мелких туроператоров;
- бюро путешествий и экскурсий. Эти бюро специализируются на продаже паушальных туров, иногда продают авиа- и железнодорожные билеты;

- специализированные турбюро. Специализированные турбюро занимаются сбытом определенного вида тура, обладая при этом высокой профессиональной компетенцией в своем направлении (например, студенческие туры, детские туры и др.);
- турбюро по продаже «горящих» путевок, дешевых билетов на самолет (не имеют лицензии на продажу авиабилетов);
- турбюро-филиал. Филиал имеет узкую специализацию, иногда расположен за границей;
- отдел бронирования продает туры одного туроператора, может существовать как одна из структур туроператора или относиться к любому типу предприятий;
- турбюро по приему туристов (въездного туризма) продает туристские услуги, которые регион предлагает туроператорам из других регионов или приезжим гостям;
- туристский отдел не является туристским предприятием. Это отдел предприятия, основная деятельность которого не связана с туризмом.

Правовой и экономический статус турпосредников. Не имеют правового и экономического статуса отделы по бронированию, а также турбюро, принадлежащие туроператорам. Полную экономическую и правовую самостоятельность имеют лицензионные турбюро, которые работают на основании договорных обязательств со многими туроператорами и правомочны открывать собственные представительства, филиалы; объединения туристских бюро, которые совместными усилиями координируют свою деятельность; турбюро, созданные на основе договора франчайзинга.

Объем работы турпосредников. В зависимости от величины предприятия различаются крупные, средние и мелкие посредники. В туристской отрасли главным образом работают предприятия мелких и средних размеров.

Таким образом, важнейшее различие турпосредников заключается в разнообразии предлагаемого ими ассортимента. Важнейшими типами туристских посредников являются турбюро, предлагающие полный набор туристских услуг, и бюро путешествий и экскурсий. Турпосредники имеют различные правовые и хозяйственные статусы и выполняют разный объем работ и услуг.

Вопросы и задания:

1. Транспорт как средство обеспечения туристской деятельности.
2. Автомобильные и железнодорожные перевозки.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №9. Услуги размещения, питания и транспортные перевозки в туризме.

Цель: Изучить услуги размещения, питания и транспортные перевозки в туризме.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Предприятия питания различаются также по полноте технологического цикла, объему и характеру услуг, виду питания, режиму работы, времени функционирования и другим признакам.

Теоретическая часть: По аналогии со ср-ми размещения туристов предприятия питания классифицируются в зависимости от культуры и качества обслуживания, а также кухни и ассортимента предлагаемых блюд, числа посадочных мест, режима работы, формы обслуживания посетителей.

Большой популярностью у туристов пользуются рестораны. Они подразделяются на 2 большие группы: *классические и быстрого обслуживания.*

- *Классические.* Важнейшим признаков первоклассных ресторанов является стремление к индивидуальности. Их неповторимый облик дополняется роскошным внутренним убранством и изысканной кухней.
- *Быстрого обслуживания.* Получили широкое распространение в наше динамичное время. Родоначальником быстрого способа удовлетворения самых приятных физиологических потребностей человека стали США, где еще в 1634 году в Бостоне открылась одна из первых таверн, предложившая богатый выбор готовых блюд.

В международной тур практике питание, как правило, связывается с размещением. Его стоимость, наряду с проживанием, входит в гостиничный тариф. Турист может выбрать номер в комплексе с трех разовым, 2-х разовым или одноразовым питанием, соответственно различают американский план (AP) и континентальный план, называемый ещё «Bed and breakfast». Многие отели работают по европейскому плану (EP). Он представляет собой гостиничный тариф, определяемый на основе стоимости размещения без учёта питания. Туристы самостоятельно выбирают предприятие общественного питания, кухню и заказываемые блюда.

Имеют место также различия в форме обслуживания:

- «А ля карт» предполагает свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню,
- «табльдот» - обслуживание по единому для всех клиентов меню без права выбора блюд,

- «Шведский стол» - свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

Для развлечения посетителей комфортабельные предприятия питания приглашают музыкантов, артистов. На балансе предприятия могут числиться: магазины, подсобные хозяйства.

Вопросы и задания:

1. Морские и речные путешествия.
2. Авиационные туристские путешествия.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №10. Характеристики и тенденции развития мирового гостиничного комплекса.

Цель: Изучить характеристики и тенденции развития мирового гостиничного комплекса.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Третья группа туристских предприятий первичных услуг — это гостиницы. Гостиничные комплексы существуют исключительно за счет прибыли, полученной от размещения туристов.

Теоретическая часть: К группе гостиничных предприятий относятся крупные гостиничные комплексы (гостиницы, пансионаты, дома отдыха) и мелкие хозяйства гостиничного типа (кемпинги, молодежные турбазы, квартиры).

Прочие туристские предприятия первичных услуг.

Кроме туроператоров и турпосредников, транспортных предприятий и гостиниц, существует еще целый ряд предприятий, которые также относятся к туристским. Важнейшими из них являются кредитные учреждения, страховые компании, станции проката спортивного инвентаря и лодок, спортивные школы, производители товаров для туризма и отдыха, рекламные агентства и др.

Кредитной карточкой можно оплачивать услуги и покупку товаров. При таком расчете нет необходимости носить с собой наличные деньги. Потраченные владельцем кредитной карточки суммы через определенное время будут списаны с его счета. Туристы особенно охотно пользуются кредитной карточкой во время зарубежных поездок. Именно поэтому учреждения, выдающие и прослеживающие движение денежных сумм, относятся к предприятиям первичных туристских услуг.

Страховые компании, если они специализируются на страховании туристов, также существуют за их счет. Важный специальный продукт страховых компаний — страхование на случай выхода из договорных обязательств, страхование багажа и страхование на случай болезни во время путешествия за границей.

К туристским предприятиям этого же типа относятся и станции проката спортивного инвентаря, лодок, а также определенные спортивные школы. Независимо от того, что предлагается в прокат — лыжи, санки, велосипеды, снаряжение для подводного плавания, серфинговые доски, лодки или парусные яхты, большую часть пользователей станций проката составляют туристы. Спортивные школы считаются туристскими предприятиями, если их услугами пользуются не местные жители, а приезжие туристы. Это чаще всего происходит тогда, когда человек определенным видом спорта может заниматься только во время отпуска.

Вопросы и задания:

1. Общая характеристика правового регулирования туристских перевозок
2. Состояние и прогнозы развития международного туризма.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;

3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №11. Обеспечение качества туристского продукта.

Цель: Изучить процесс обеспечения качества туристского продукта.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Проблема обеспечения качества продукции носит в современном мире универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит многое в развитии любой отрасли.

Теоретическая часть: Однако показатели качества, а также проблемы, связанные с выпуском качественной продукции, специфичны для каждой отрасли, в том числе и для сферы туризма.

Само понятие качества, трактуемое как философская категория, выражающая существующую определенность объекта, благодаря которому он является именно этим, а не иным, применительно к продукту определяется как мера полезности, совокупность свойств продукта, его способность удовлетворять определенные общественные и личные потребности. Качество, равно как и его понятие, прошло многовековой путь развития, собственно, как и сами потребности людей. Например, Аристотель трактовал данное понятие как «различие между предметами, дифференциация по признакам "хороший" - "плохой"». В XIX в. Гегель дает свое определение: «Качество есть в первую очередь тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет свое качество». В XX в. о качестве уже рассуждают не только философы, но и управленцы-практики. С этого момента в практической деятельности и теоретических изысканиях нередко даже ставится знак равенства между качеством и конкурентоспособностью предприятия либо вообще не делается различий между ними. Качество начинают рассматривать как понятие, имеющее два аспекта: объективные физические характеристики и субъективные, т. е. насколько вещь хороша для каждого субъекта.

В настоящий момент понятие качества как категории нормировано и определяется стандартами.

Стандарт - нормативный документ, разработанный на основе соглашения большинства заинтересованных сторон и принятый признанным органом или утвержденный предприятием, в котором устанавливаются для всеобщего и многократного использования правила, общие принципы, характеристики, требования и методы, касающиеся определенных объектов стандартизации, и который направлен на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области.

Вопросы и задания:

1. Экономический эффект международного туризма.
2. Международные туристские выставки и ярмарки.
3. Музей как туристский объект.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №12. Требования к качеству туристского продукта.

Цель: Изучить требования к качеству туристского продукта.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Формально уровень качества определяется как соответствие свойств продукции и услуг требованиям стандартов.

Теоретическая часть: Директивными установками для создания технологий в области управления качеством являются международные стандарты ИСО (МС ИСО) серии 9000, ориентированные на установление идентичных норм к аналогичной продукции и услугам в мировом масштабе, в том числе в сфере туризма. Кроме того, на государственном уровне законами и стандартами устанавливаются требования, обеспечивающие безопасность жизни, здоровья потребителей туристских услуг, охрану окружающей среды, предотвращение причинения вреда имуществу потребителя.

Туристский продукт - понятие комплексное, состоящее из множества взаимосвязанных составляющих - туристских услуг. Согласно ГОСТ 28681.0-90 «туристская услуга - результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов».

Качество услуги определяется требованиями ст. 4 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей». По Закону продавец (изготовитель, исполнитель) обязан

продать потребителю товар (передать результаты выполненной работы, оказать услугу), соответствующий обязательным требованиям стандартов, условиям договора, обычно предъявляемым требованиям, а также предоставить информацию о товарах (работах, услугах).

Правовое поле для разработки стандартов в области туризма обозначено в Законе Российской Федерации «О стандартизации». Требования данного Закона обязательны для всех субъектов хозяйственной деятельности независимо от форм собственности, будь то органы государственного управления или общественные организации, предприятия или предприниматели.

Вопросы и задания:

1. Типология и классификация музеев.
2. Основные направления музейной деятельности.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие № 13. Страхование в туризме.

Цель: Изучить страхование в туризме.

Формируемые компетенции: ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Наиболее эффективным инструментом обеспечения в туризме гарантий оказания медицинской и иной помощи, а также репатриации является страхование.

Теоретическая часть: Как отмечено в Гаагской декларации по туризму, «должны быть приняты все необходимые меры по обеспечению базового страхования туристов на случай основных рисков, с которыми они сталкиваются (болезнь, кража, репатриация) и, в частности, стимулированию заключения соглашений в этой области, особенно между страховыми компаниями, всеми туристскими предприятиями и другими заинтересованными компаниями и группами, что позволило бы туристам обеспечить достаточное страхование по сниженным ценам». Страхование в туризме рассматривается как неотъемлемая часть туристского продукта, гарантирующая предоставление в случае необходимости медицинского обслуживания, выплаты компенсации за пострадавшее или поврежденное имущество туристов или репатриации.

Страхование туристов — это особый вид страхования, обеспечивающий страховую защиту имущественных интересов граждан во время их туристских поездок, путешествий, шоп-туров и др. Оно относится к рисковому виду страхования, наиболее характерными чертами которых являются их кратковременность (не более 6 месяцев) и большая степень неопределенности времени наступления страхового случая и величины возможного ущерба.

Страхование в туризме имеет своей целью покрытие ущерба, вызываемого неблагоприятными, заранее предусмотренными событиями, которые возможны в практике туристской деятельности, но не обязательны.

Основными видами страхования, применяемыми в туризме, являются:

- страхования от несчастных случаев (индивидуальное, страхование детей, коллективное страхование за счет средств юридических лиц и др., обязательное страхование пассажиров);
- медицинское страхование (граждан, выезжающих за рубеж, иностранных граждан, временно находящихся на территории страны);
- страхование ответственности (владельцев автотранспортных средств, перевозчиков).

Страхование от несчастных случаев является подотраслью личного страхования и предусматривает выплату страхового обеспечения (полностью или частично) в связи с наступлением неблагоприятных явлений — несчастных случаев (или их последствий), связанных с жизнью и здоровьем страхователя (застрахованного). К их числу относятся: травма, инвалидность, смерть, случайное острое отравление, случайные переломы и др.

Вопросы и задания:

1. Понятие маркетинга в туризме.
2. Специфика маркетинговых исследований в туризме.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №14. Безопасность в туризме.

Цель: Изучить безопасность в туризме.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Отправляясь в путешествие, турист сталкивается с целым рядом проблем, которые при стечении обстоятельств могут привести к неблагоприятным последствиям для его здоровья и имущества, сделать туристскую поездку невозможной или отрицательно повлиять на туристское впечатление.

Теоретическая часть:

Турист постоянно находится под воздействием обстоятельств повышенной опасности и, в общем случае, пребывает в незнакомой среде, отличной от обычной среды его проживания. Он не знает в совершенстве обычаев, языка, традиций, типичных бытовых опасностей, не имеет иммунитета от болезней, распространенных в данной местности, не приспособлен к проживанию и интенсивным нагрузкам в высокогорных районах.

При проектировании тура и туристских услуг следует внимательно изучить всевозможные факторы риска и его источники, исследовать возможность и вероятность проявления данного источника на опасном для человека уровне, подверженность человека воздействию Источников опасности и, в конечном итоге, предусмотреть комплекс мер по защите здоровья и жизни туриста и его имущества.

При проектировании тура следует принимать во внимание выбор благоприятного времени года, а также и суток для проведения туристского мероприятия, рационально выбирать трассу туристского маршрута, учитывать погодные условия, наличие укрытий от непогоды, оснащение помещений средствами кондиционирования воздуха, обогрева, дезодорации, автоматического контроля и сигнализации, обеспечение надлежащей экипировки туристов, включая средства индивидуальной защиты, надлежащее и своевременное информирование туристов о возможных опасностях и мерах спасения. Особенно ярко опасные факторы проявляются при перемещении в другой часовой пояс и другие, резко отличающиеся от привычных, климатические условия.

Поэтому программа тура всегда должна быть тщательно отработана и учитывать физическое состояние туриста, не быть излишне напряженной, давать туристам необходимое время на адаптацию к местным условиям и отдых.

Вопросы и задания:

1. Характеристика наиболее перспективных видов туризма в регионе.
2. Особенности развития туризма в регионе.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №15. Туристские формальности при осуществлении путешествий.

Цель: Изучить туристские формальности при осуществлении путешествий.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Формальности, регулируемые различными нормативными актами и относящиеся не только к туристам, но и к другим категориям граждан, можно отнести к разряду обязательных процедур. Далее приводится понятие туристских формальностей из справочной литературы:

Теоретическая часть: «Туристские формальности – это проверка соблюдения туристами и субъектами туристской деятельности порядка и правил, установленных государственными органами при въезде в страну и выезде из страны».

К туристским формальностям относятся: взаимодействие с консульствами, туристскими союзами и администрациями зарубежных государств, национальными туристскими офисами, МИДом РФ, паспортно-визовой службой, таможенными органами, пограничниками, перевозчиками.

Как видно из перечня туристских формальностей мы имеем следующий спектр правоотношений, которые вытекают из туристских формальностей:

- правоотношения между физическими и юридическими лицами, осложнённые иностранным элементом;
- правоотношения между юридическими лицами, осложнённые иностранным элементом;
- правоотношения между юридическими лицами и органами государственной власти, осложнённые иностранным элементом;
- правоотношения между физическими лицами и органами государственной власти, осложнённые иностранным элементом;

Следовательно, как видно из перечня признаков туристских формальностей, они являются элементами международного частного права.

Вопросы и задания:

1. Туристское предприятие как хозяйствующий субъект.
2. Организационная структура управления туристским предприятием.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №16. Сущность туристских формальностей

Цель: Изучить сущность туристских формальностей.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: В соответствии с действующим законодательством для участия в зарубежной поездке граждане Российской Федерации должны иметь заграничный паспорт. Заграничные паспорта подразделяются на общегражданские, дипломатические, служебные, паспорт моряка.

Теоретическая часть: При совершении туристских поездок в страны ближнего зарубежья, а также при следовании в Калининградскую область России, российским гражданам нет необходимости иметь при себе заграничный паспорт. В данном случае достаточно общегражданского российского паспорта.

Для въезда в другое государство при наличии действительного заграничного паспорта, если с этим государством нет соглашения о безвизовых поездках, требуется соответствующее разрешение страны въезда — виза. Для получения визы российские граждане обращаются в посольства соответствующих государств в Москве или в консульское учреждение страны въезда при условии, что место жительства выезжающего входит в консульский округ этого консульства.

Туристская виза - это отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств, дающая право его владельцу на временный въезд на территорию государства, выдавшего ему визу, с целью туризма и отдыха.

Одним из основных условий выдачи виз дипломатическими представительствами большинства стран является наличие приглашения, которое прилагается к визовому запросу.

Приглашения бывают:

- служебные или деловые (от иностранной организации — российской организации);
- частные (от иностранного гражданина — гражданину РФ);
- гостевые (от командированного на длительный срок за рубеж российского гражданина — своему соотечественнику);
- туристские (на поездки в целях отдыха, лечения, краткосрочного обучения, участия в спортивных соревнованиях, бизнес – семинарах).

В зависимости от приглашения выдаются различные виды виз: деловая, частная, туристская, рабочая.

Деловая виза (бизнес – виза) выдается при оформлении приглашения организацией (иностранное юридическое лицо) организации (визополучателю) другого государства на конкретного работника этой организации с указанием цели и сроков пребывания.

Частная виза выдается при оформлении приглашения частным лицом (гражданином иностранного государства) частному лицу (визополучателю) другого государства.

Приглашение оформляется в местном органе власти.

Туристская виза выдается на время, указанное в турпутевке, ваучере, приглашении на участие в семинаре, спортивном мероприятии и т.д.

Рабочая виза предоставляет право работы по найму за рубежом. Помимо перечисленных существует еще один вид виз — транзитная. Транзитная виза предоставляет визополучателю право проезда через третью страну в страну основного пребывания. Она выдается на определенное количество часов посольством третьей страны после получения основной визы. Например, гражданин следует в Германию поездом и проездом через третью страну. После получения германской визы им подаются документы в посольство этой страны (например, Польши) для получения транзитной визы.

Вопросы и задания:

1. Специфика управленческой этики.
2. Последовательность создания турфирмы. сервис?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной

библиотеки СКФУ;

4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №17. Международный туризм.

Цель: Изучить специфику технологии в сфере международного туризма.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Туризм занимает значительное место в международных отношениях. Около 500 млн. человек ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях. Международный туризм является не только популярным видом отдыха, но и активно развивающейся сферой мировой экономики.

Теоретическая часть:

В положении о лицензировании международной туристической деятельности (от 12.12.95 №1222) установлено, что под международной туристической деятельностью понимается прием иностранных туристов на территории Российской Федерации и направление туристов за рубеж.

В 60-70-х гг. международный туризм приобрел всемирный характер. В результате образовался мировой рынок, в котором участвуют все без исключения страны. В среднем около 65% всех международных туристических поездок приходится на Европу, около 20% – на Америку и около 15% на остальные регионы. Подробную статистическую информацию о развитии международного туризма можно найти также в статистическом сборнике Year Book of Tourism Statistics, издаваемом Всемирной туристской организацией (ВТО).

Однако информация о развитии международного туризма не является абсолютно точной, поскольку достаточно сложно измерить туристические потоки. Из-за отсутствия единого способа их учета значительно осложняется сопоставление статистических данных между странами.

Международный туризм распределен крайне неравномерно, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития отдельных стран и регионов. На мировом туристском рынке заметно выделяется Европа (403млн. прибытий в 2000г.), на долю которой приходится примерно 58% всех туристов. Этот регион пользуется большой популярностью как у самих европейцев, так и у жителей США и Канады. Вторую позицию на протяжении многих лет занимает Америка (более 135 млн прибытий в 2000 г.). Европа и Америка, прежде всего Северная, являются основными туристскими макрорегионами (на них приходится около 78% всех прибытий в мире).

Вопросы и задания:

1. Прекращение деятельности туристского предприятия
2. Технология формирования тура.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. -

М. : КноРус, 2015. - 200 с

2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Практическое занятие №18. Состояние и прогнозы развития международного туризма.

Цель: Изучить развития международного туризм.

Формируемые компетенции: **ОПК-1.** Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Актуальность темы: Международный туризм оказывает влияние на развитие как отдельных стран, так и мировой экономики в целом. По мере расширения международной торговли и иных форм международных экономических отношений, повышения уровня культуры и образования международный туризм также будет развиваться.

Теоретическая часть: Под поступлениями от международного туризма понимается плата за товары и услуги, произведенная иностранными туристами во время их пребывания в стране, за исключением прибыли от дополнительной занятости и оплаты международного транспорта.

Международные туристические расходы включают оплату продуктов и услуг, произведенных жителями данной страны за границей. Доходы от международного туризма в 1990 г. составили 255 006 млн. дол. Наибольшие доходы получили США (40 579 млн. дол.).

Расходы американских туристов за рубежом также оказались выше, чем расходы туристов из других стран. Соотношение между доходами и расходами от международного туризма в странах и регионах различается. Наибольшее положительное сальдо имеет Испания (+14 339 млн. дол.), затем Франция (+7761 млн. дол.), Австрия (+6805 млн. дол.) и Италия (+5916 млн. дол.), а наибольшее отрицательное сальдо - Япония (-21 350 млн. дол.) и Германия (-19 153 млн. дол.).

Обычно считается, что помимо расходов на проезд в страну и обратно иностранный турист затрачивает на питание около 40% своих расходов, на проживание – 30%, на проезд внутри страны – 8%, прочие расходы – 22%.

В результате расходов, осуществляемых иностранными туристами в стране пребывания, во-первых, увеличиваются доходы туристских фирм (прямой эффект); во-вторых, повышается спрос со стороны туристического сектора экономики на товары и услуги поставщиков, что в свою очередь способствует повышению спроса на товары и услуги своих поставщиков и, следовательно, росту доходов во всех секторах (косвенный эффект), в-третьих, увеличиваются личные доходы населения, прямо или косвенно связанного с туристическим бизнесом, что вызывает рост потребительского спроса (вынужденный эффект). Косвенный и вынужденный эффект вместе называются вторичным эффектом. Хотя первое место по значимости международного туризма для национальных хозяйств отводится поступлениям валюты, наряду с получением прибыли возможна и значительная утечка валюты. Развивающиеся страны вынуждены импортировать значительное количество продуктов и товаров для туристов, а также необходимое оборудование для индустрии туризма. По подсчетам Мирового банка, на импорт товаров для туристов приходится 15-55% поступлений в зависимости от развития экономики и ориентированности туристической индустрии на местные ресурсы. Также существует импорт, обусловленный воздействием «демонстрационного эффекта». Туристы, приезжая из промышленно развитых стран, демонстрируют товары лучшего качества и расширенного ассортимента, что является «живой» рекламой и способствует импорту иностранных потребительских товаров.

Вопросы и задания:

1. Особенности продвижения турпродукта на рынок.
2. Реализация тура.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Основная литература:

1. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб.пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2015. - 200 с
2. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие / С.С. Скобкин. - М. : Магистр, 2014. - 496 с

Дополнительная литература:

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб.пособие / М.В.Виноградова, З.И. Панина. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2016.

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».