

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

 Лейфа А.В. Лейфа

24 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ И ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) образовательной программы – Организация и предоставление туристских услуг

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 3 Семестр 6

Экзамен 6 сем

Общая трудоемкость дисциплины 180.0 (академ. час), 5.00 (з.е)

Составитель Т.А. Мирошниченко, Доцент, канд. геогр. наук

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 № 516

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры международного бизнеса и туризма

01.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Ульянова В.В. Ульянова

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

24 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Ульянова В.В. Ульянова

24 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

24 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

24 мая 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

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

Задачи дисциплины:

- изучение основополагающих принципов организации туроператорской деятельности;
- рассмотрение вопросов, связанных с основами управления по применению современных технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта;
- ознакомление студентов с требованиями к составу услуг в различных специализированных туристских программах, их ресурсному и материальному обеспечению;
- получение навыков разработки туристского продукта, расчета стоимости туров;
- выработка умения самостоятельного составления программ туристского обслуживания, работы с туристской документацией.

2. МЕСТО УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Организация туроператорской и турагентской деятельности» относится к дисциплинам обязательной части блока 1 учебного плана по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм». Преподавание курса связано с другими дисциплинами государственного образовательного стандарта. Предшествующие дисциплины: «Туристско-рекреационное проектирование», «Экономика туризма». Дисциплины, для которых курс, является предшествующим, «Технологии продаж», «Организация внутреннего и въездного туризма».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Управление	ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	ИД-1 ОПК-2 – знает основы управления туристской деятельностью и туристского менеджмента, основные функции управления ИД-2 ОПК-2 – умеет применять на практике знания в области управления туристской деятельностью ИД-3 ОПК-2 – владеет методами управления бизнес- процессами применительно к туристской деятельности

3.2 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-4 - Способен осуществлять деятельность по приему, обработке заказов, организации, подготовке и сопровождению туристской и экскурсионной группы на маршруте	ИД-1 ПК-4 – знает теоретические аспекты приема, обработки заказов, организации, подготовки и сопровождения туристской и экскурсионной группы на маршруте ИД-2 ПК-4 – умеет осуществлять прием и обработку заказов, компетентно организовать экскурсионную деятельность и реализацию маршрутов по различным видам туризма ИД-3 ПК-4 – владеет профессиональными навыками приема и обработки заказов, организации экскурсионной деятельности и туристских маршрутов с учетом специфики дестинаций

4. СТРУКТУРА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Общая трудоемкость учебного предмета составляет 5.00 зачетных единицы, 180.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) учебного предмета, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Основные понятия и содержание дисциплины	6	2		2								6	Выборочный опрос, доклады

13	Безопасность в туризме	6	2		2							5	Выборочный опрос
14	Послепродажное обслуживание	6	2		2							5	Выборочный опрос
15	Экзамен	6								0.3	35.7		
	Итого			34.0	34.0	0.0	0.0	0.0	0.3	35.7	76.0		

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Основные понятия и содержание дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности». Туристские предприятия и их формы	Структура дисциплины. Правовые основания предоставления туристических услуг. Основные субъекты предоставления туруслуг (туроператор, турагент, турист) Место туроператора на туристском рынке Организационно-правовые формы туристских предприятий Влияние факторов на выбор организационно-правовой формы туристского предприятия Классификации туристских фирм. Рецептивные и инициативные туристские фирмы.
2	Основные функции туроператора	Основные задачи туроператора Функция туроператора: ценообразование и факторы, влияющие на эту деятельность Функция продвижения турпродукта, информативная и новаторская, бюджетообразующая и интегрирующая Операторское лобби в постиндустриальной экономике Финансовое обеспечение туроператора.
3	Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров	Аутгоинговый туроператор международных туров. Флайтеры и нон-флайтеры Инкаминг - туроператор Организация инкам-туров Инсайдинг - туроператор Организация индивидуальных и групповых туров Профиль работы туроператоров.
4	Основы туроператорской деятельности	Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.

5	Технология разработки туристского продукта	Понятие разработки туристского продукта. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации. Свойства и цели турпродукта. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов. Выбор схемы работы в дестинации. Основные правила и методика составления программ туров. Расчет стоимости тура.
6	Понятие о «классах обслуживания» туристов	Понятие класс обслуживания и его роль в создании турпродукта. Виды классов обслуживания в системах размещения и в системах транспортного обслуживания; их характеристика. Классификация туров, учитывающая класс обслуживания туристов. Жалобы туристов. Закон «О защите прав потребителей».
7	Договорные отношения в туризме	Договор о реализации туристского продукта. Особенности договорных отношений между туроператором и турагентом. Содержание договоров о сотрудничестве турфирм с поставщиками услуг смежных отраслях (с музеями, экскурсионными фирмами, предприятиями развлекательного характера, средствами размещения, предприятиями питания, транспортными организациями, а также между инициативных туроператоров с рецептивными).
8	Основные формы продаж туристских продуктов	Рыночная среда и управление продажами. Понятие маркетинговой среды. Сущность макросреды предприятия. Сущность микросреды предприятия. SWOT-анализ. Специфика продаж в турбизнесе. Канал сбыта турпродукта: сущность, функции, классификация. Формы продажи турпродукта: формальная сеть, собственные бюро продаж, контрагентская сеть.
9	Документационное сопровождение процесса реализации туристского продукта	Основные виды технологической документации, необходимой при проектировании турпродукта. Понятие о бронировании услуг. Роль бронирования проездных документов. Туристская путёвка. Туристский ваучер. Информационный листок. Памятка туриста. Каталог туроператора.
10	Предпосылки для создания доверительных отношений с потребителями	Расположение офиса туристского предприятия и его внешний вид. Фирменный стиль, как неотъемлемый элемент образа компании. Возникновение и развитие товарного знака. Функции и возможности товарного знака. Материально-техническая база туристского предприятия. Менеджер, как активный субъект процесса личной продажи туристского продукта. Внешний вид персонала туристского предприятия.
11	Выявление потребностей. Презентация туристского продукта	Исследование потребностей потребителя. Техники активного слушания. Правила и рекомендации проведения презентации. Презентация

		турпродукта. Цели презентации. Взаимодействие продавца и покупателя на этом этапе. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене турпродукта. Приёмы воздействия на потребителя.
12	Покупательское поведение потребителя туристских услуг	Мотивация продаж . Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей. Управление возражениями. Управление возражениями клиента. Функции грамотного использования вопросов. Типы вопросов клиенту: открытые и закрытые вопросы. Конструктивные и альтернативные вопросы. Риторические и контрольные вопросы. Переломные и встречные вопросы. Приемы слушания. Работа с сомнениями. Работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Способы и методы обработки возражений. Стимулирование клиента на покупку.
13	Безопасность в туризме	Понятие, сущность и виды угроз безопасности в туризме. Основные направления деятельности по обеспечению безопасности туризма. Факторы, влияющие на туриста во время отдыха. Общие ограничительные меры во время пребывания в зарубежной стране. Организация безопасности туристов.
14	Послепродажное обслуживание	Изучение послепродажного обслуживания и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. Роль послепродажного сервиса в обеспечении конкурентоспособности товара.

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Основные понятия и содержание дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности». Туристские предприятия и их формы	Доклады по ведущим туроператорам: «TEZ TOUR», «CORAL TRAVEL», «PEGAS TOURISTIK», «PAC GROUP» (В докладе отразить: общую информационная оценку сайта туркомпании (структура: основные информационные блоки, их взаимосвязь и особенности; организация тура) Дать оценку турператорской деятельности компании. Обсуждения проблемных вопросов и ситуаций.
Основные функции туроператора	Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Темы докладов «Функции туроператоров на туристском рынке» Вопросы к семинару:

	<p>1.Функция ценообразования в туроператорской деятельности</p> <p>2.Продвижение турпродукта</p> <p>3.Информативная и новаторская функции туроператора</p> <p>4.Бюджетообразующая и интегрирующая функции</p>
Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров	<p>Дискуссия:</p> <p>1.Аутгоинговый туроператор</p> <p>2. Инкаминг – туроператор</p> <p>3. Инсайдинг - туроператор</p> <p>4. Профиль работы туроператоров</p> <p>5. Инновации в туроперейтинге</p> <p>Анализ практических ситуаций</p>
Основы туроператорской деятельности	<p>Деловая игра «Формирование пакета документов»</p> <p>2. Изучение технологии оформления договоров.</p> <p>3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру.</p> <p>4. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором.</p>
Технология разработки туристского продукта	<p>Анализ ресурсов выбранной дестинации.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определение базовых услуг по заданным показателям. - Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов. - Расчет необходимого количества мест в средствах размещения.
Технология разработки туристского продукта	<p>Планирование программ тур поездок.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Составление программ тура и турпакета. - Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. - Расчет стоимости тура.
Понятие о «классах обслуживания» туристов	<p>Составить перечень услуг, соответствующих обслуживанию туристов по VIP-классу.</p> <p>Определить класс обслуживания для каждой группы: пенсионеры, служащие, предприниматели</p>
Договорные отношения в туризме	<p>Договор о реализации туристского продукта</p> <p>Особенности договорных отношений между туроператором и турагентом.</p> <p>Рассмотреть права и обязанности туристов.</p> <p>Изучить виды компенсации за непредоставленные услуги и возмещение убытков.</p>
Основные формы продаж туристских продуктов	<p>1. Анализ маркетинговой среды предприятия.</p> <p>2. Организация процесса продаж. Составляющие эффективной продажи в туризме</p> <p>3. Формирование сбытовой сети при продвижении турпродукта</p> <p>4. Поиск клиентов и возможности продвижения турпродукта в сети Интернет.</p>
Документационное	Разработать информационный листок к

сопровождение процесса реализации туристского продукта	туристической путевке для конкретного (спортивного, познавательного, экологического и т.д.) тура.
Документационное сопровождение процесса реализации туристского продукта	Разработать информационный листок к туристической путевке для конкретного (спортивного, познавательного, экологического и т.д.) тура.
Предпосылки для создания доверительных отношений с потребителями	Изучение маркетинга рынка потребителей туристских услуг.
Выявление потребностей. Презентация туристского продукта	<ol style="list-style-type: none"> 1. Фирменный стиль компании 2. Приёмы воздействия на потребителя 3. Деловая игра «Рекламное выступление менеджера фирмы» 4. Деловая игра «Мозговая атака - способ выдвижения новых идей» 5. Особенности ценообразования в туризме
Выявление потребностей. Презентация туристского продукта	<ol style="list-style-type: none"> 6. Особенности продажи турпродукта по телефону. Составление словесной презентации тура Составление словесной презентации гостиницы Рассмотреть возможные проблемы выявления потребностей Составить доклад на тему: «Ориентация на потребителя – основной принцип маркетинга»
Покупательское поведение потребителя туристских услуг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вербальные и невербальные средства делового общения в туризме 2. Анализ поведения менеджеров при работе с возражениями. 3. Программа повышения лояльности клиентов 4. Формирование положительного имиджа туристического предприятия 5. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы поведения потребителей 6. Мотивация и личность потребителя как основа управления поведением потребителя 7. Влияние различных групп на потребительское поведение 8. Влияние факторов на поведение потребителей.
Безопасность в туризме	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие, сущность и виды угроз безопасности в туризме. 2. Основные направления деятельности по обеспечению безопасности туризма. 3. Факторы, влияющие на туриста во время отдыха. 4. Общие ограничительные меры во время пребывания в зарубежной стране. 5. Организация безопасности туристов.
Послепродажное обслуживание	Анализ предотвращения типичных ошибок менеджеров при продаже туров.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Основные понятия и содержание дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности». Туристские предприятия и их формы	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта, подготовка докладов.	6
2	Основные функции туроператора	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта, подготовка докладов	6
3	Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта, подготовка к дискуссии.	6
4	Основы туроператорской деятельности	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта.	5
5	Технология разработки туристского продукта	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта. Анализ выбранной дестинации.	5
6	Понятие о «классах обслуживания» туристов	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта. Подготовка список перечня услуг для VIP-туристов	7
7	Договорные отношения в туризме	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта	5
8	Основные формы продаж туристских продуктов	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта	5
9	Документационное сопровождение процесса реализации туристского продукта	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта	5
10	Предпосылки для создания доверительных отношений с потребителями	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта	5
11	Выявление потребностей. Презентация туристского продукта	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта. Подготовка презентации турпродукта.	5
12	Покупательское поведение	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта	6

	потребителя туристских услуг		
13	Безопасность в туризме	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта	5
14	Послепродажное обслуживание	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта	5

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» программа предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. При чтении лекций по данной дисциплине используется такой неимитационный метод активного обучения, как «Проблемная лекция». Где перед изучением темы обозначается проблема, на решение которой будет направлен весь последующий материал.

В процессе игровых семинаров выясняются проблемы, которые являются составной частью общей программы дисциплины. Они решаются в ходе дискуссии коллективно, всей студенческой группой по определенным правилам. Такой подход позволяет обучить аудиторию принятию решений с использованием системного анализа, повысить аналитическое мастерство каждого участника, выработать навыки и умение обоснованно и аргументированно защищать свою позицию в процессе дискуссии, находить наиболее рациональные пути решения проблемы. Использование игровых семинаров целесообразно на завершающем этапе изучения дисциплины.

Для того, чтобы уметь решать подобные задания, студенты должны повторить данную тему по лекции и рекомендованной литературе.

Для реализации компетентного подхода программа данной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Формой промежуточной аттестации по дисциплине «Организация туроператорской и турагентской деятельности» является экзамен.

Вопросы к экзамену

1. Туристические операторы: сущность, функции.
2. Классификация туроператоров (по форме собственности, по виду деятельности). Инициативные и рецептивные туроператоры.
3. Аутгоинговые, инкаминговые, инсайд-туроператоры.
4. Профиль работы туристического оператора.
5. Туристические агенты: сущность, задачи, формы.
6. Современные разновидности агентских сетей: прямая, презентативная, совмещенная.
7. Современные стратегии создания агентских сетей. Способы стимулирования деятельности турагентов.
8. Общие нормативно- правовые акты, определяющие работу субъектов туристской индустрии в РФ.
9. Специальные нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность в РФ.
10. Сегментирование туристического рынка по экономическому принципу и на принципах количественного предпочтения туристов.
11. Сегментирование туристического рынка по возрастному принципу, по принципам туристических предпочтений.
12. Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды туристического рынка.
13. Основные типы конкурентного поведения на туристическом рынке.

14. Позиционирование туров и туроператоров: подходы, уровни позиционирования.
15. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров.
16. Идентификация поставщиков туристических услуг и оформление договорной базы тура.
17. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.
18. Схемы работы современного туроператора с предприятиями гостиничной индустрии.
19. Схемы взаимоотношений туроператора и авиакомпаний. Договор чартерной перевозки.
20. Схемы взаимоотношений туроператора и железнодорожных компаний.
21. Схемы взаимодействия современных туроператоров и судовладельцев.
22. Схемы взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий.
23. Взаимоотношения туристического оператора и экскурсионной компании.
24. Взаимоотношения туроператора и страховой компании.
25. Обеспечение визовой поддержки российских и иностранных туристов отечественными туроператорами.
26. Виза: сущность, виды. Особенности оформления визы.
27. Процедура ценообразования в туроперейтинге.
28. Методы ценообразования и виды цен в туризме.
29. Ассортимент туроператора: особенности, формы.
30. Инструменты продвижения туристического продукта на рынок.
31. Туристическая реклама: функции, носители.
32. PR-акции как инструмент продвижения туров.
33. Стимулирование потребителей в туроперейтинге.
34. Разработка учредительных документов и регистрация туристической фирмы.
35. Порядок ликвидации туристической фирмы.
36. Нравственные и психологические аспекты общения с клиентами персонала турфирмы.
37. Правила эффективной работы с клиентами персонала турфирмы.
38. Требования к стилю и методам работы руководителя турпредприятия.
39. Рассмотрение претензий и жалоб. Защита прав туриста и интересов фирмы.
40. Сущность и основные принципы инноваций в туризме.
41. Основные направления инновационной деятельности туристских организаций.
42. Государственная поддержка инновационной деятельности в туризме.
43. Цель и значимость туристских формальностей в организации туристского обслуживания.
44. Паспортные формальности. Таможенные формальности: степень ответственности сторон, нормативные документы.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

а) литература

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма: учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539881> (дата обращения: 06.03.2024).
2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме: учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07713-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539414> (дата обращения: 06.03.2024).
3. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент: учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. —

314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02314-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535994> (дата обращения: 06.03.2024).

4. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538259> (дата обращения: 06.03.2024).

5. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учебное пособие для вузов / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общей редакцией А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07649-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537857> (дата обращения: 06.03.2024).

6. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538393> (дата обращения: 06.03.2024).

7. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для вузов / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 172 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07316-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537384> (дата обращения: 06.03.2024).

8. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814> (дата обращения: 06.03.2024).

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Операционная система специального назначения «Astra Linux Special Edition» РУСБ.10015-01	Лицензионный договор № РБТ-14/1607-01- ВУЗ на предоставление права использования программы для ЭВМ.
2	Электронная библиотека «Ю- райт» https://urait.ru	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.
3	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
---	-----------------	--

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	http://www.consultant.ru	Справочно- правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно- правовое обеспечение, статьи.

10. МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Занятия по дисциплине проводятся в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Все помещения, в которых проводятся занятия, соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно- библиотечным системам и к электронной информационно- образовательной среде университета.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду университета.