

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

Документ подписан квалифицированной электронной подписью

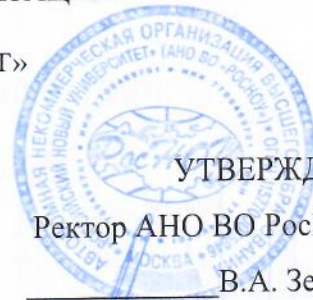
Сертификат: 034A67BD00F2AD49B245067C9714E4E

Владелец: "АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»;

Действителен: с 02.12.2021 по 02.03.2023

ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНО ВО РсНОУ

В.А. Зернов

«28» октября 2022 г.

ПРОГРАММА

ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ

ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 43.04.02 ТУРИЗМ

Москва 2022

Тема 1. Организация туристской деятельности

Профили работы туроператоров. Туроператоры выездного туризма. Туроператоры внутреннего туризма. Туроператоры внутреннего туризма. Организационные и технологические отличия. Классификационные особенности отелей. Аренда отеля. Работа с отелем на условиях коммитмента («commitment»). Работа на условиях безотзывного бронирования. Работа с отелем на условиях эллотмента («allotment»). Работа с отелем на условиях комиссии «on request». Работа с отелем на основании контракта. Работа с отелем без контракта, по разовым заявкам на условиях стандартной комиссии отеля. Паспортно-визовые и таможенные формальности. Особенности визового режима в зоне Шенгенского соглашения, визовый кодекс Евросоюза. Медико - санитарные формальности. Санитарно-эпидемиологические правила в международных путешествиях. Основные положения страхования и перестрахования в туризме. Виды страхования в туризме. Страхование туристов и профессиональной деятельности туроператоров.

Проведение маркетингового исследования рынка, включая его сегментирование. Определение видов, форм и элементов туристского продукта, периодичности его предоставления. Анализ реальных затрат на разработку и реализацию предполагаемого к продаже туристского продукта. Экспериментальная оценка разработанной услуги и турпродукта. Внедрение туристского продукта. Формирование массового и индивидуального турпродукта, общие черты и различие в технологии.

Особенности маркетинга туристских услуг. Коммуникации при продвижении и сбыте туристского продукта. Общие положения процесса коммуникации. Цели и задачи коммуникаций при продвижении туристского продукта. Интернет – продвижение туристского продукта. Структура и содержание web-сайтов туристских компаний. Формирование сбытовых сетей туристского продукта.

Международное регулирование партнерских связей туроператора. Регулирование чартерных рейсов и программ. Особенности формирования чартерной перевозки. Использование блоков мест на регулярных рейсах и рейсах low cost – перевозчиков для формирования чартерной программы. Заказчики и виды чартерных рейсов и программ.

Литература

1. Игнатъева, И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов / И. Ф. Игнатъева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467112>
2. Веселова, Н. Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н. Ю. Веселова. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 255 с. — 978-5-394-03387-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83129.html>
3. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / В. Ю. Воскресенский. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 462 с. — 978-5-238-01456-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71022.html>
4. Сухов, Р. И. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Р. И. Сухов. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016. — 267 с. — 978-5-9275-2003-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78686.html>
5. Захарова, Н. А. Страхование и статистика в туризме : учебное пособие / Н. А. Захарова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 212 с. — ISBN 978-5-4497-0390-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93552.html>

Тема 2. Государственное регулирование в туризме

Роль права в обеспечении деятельности туроператоров и турагентств. Понятие государственного регулирования туризма. Понятие системы права и характеристика основных отраслей права Российской Федерации. Предмет правового регулирования сферы туризма. Система законодательства Российской Федерации. Источники права. Правовые отношения в сфере туризма: субъект, объект, содержание. Юридическая ответственность. Признаки и виды юридической ответственности. Социальные нормы, регулирующие сферу туризма. Этические нормы в сфере туризма.

Конституция Российской Федерации как основной закон государства, содержащий базовые принципы прав и свобод человека и гражданина. ФЗ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”. Закон РФ “О защите прав потребителей”. Федеральные программы в области развития социально-культурного сервиса и туризма. Указы Президента РФ и Постановления Правительства РФ по вопросам организации и функционирования структур, призванных обеспечивать осуществление гражданам права на полноценный отдых и туристские поездки. Гражданский кодекс Российской Федерации как нормативный акт, регулирующий порядок заключения договоров имущественного характера, а также договоров в сфере оказания услуг, работ и других видов сервиса. Нормативные правовые акты зарубежных стран.

Условия осуществления туроператорской деятельности. Единый федеральный реестр туроператоров. Финансовое обеспечение. Права и обязанности туриста. Объединения туроператоров в сфере выездного туризма. Компенсационный фонд объединения туроператоров в сфере выездного туризма.

Всеобщая Декларация прав человека принятая генеральной Ассамблеей ООН 10 ноября 1948 года о праве граждан на свободу перемещения и выбора места пребывания в любой стране мира. “Хартия туризма и Кодекс туриста” одобренные VI сессией генеральной Ассамблеей Всемирной туристической организации (ВТО) 22 сентября 1985 года. Гаагская, Манильская и Монреальская декларации по туризму. Международные конвенции по туризму, регулирующие по вопросы гостиничного сервиса, перевозки пассажиров воздушным, автомобильным и морским транспортом. Закон РФ “О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию”.

Понятие и признаки юридических лиц. Организационно-правовые формы юридических лиц. Способы образования юридических лиц. Правовое регулирование создания туристских фирм. Документы, которые необходимо представить для государственной регистрации юридических лиц или предпринимателей без образования юридического лица. Способы реорганизации и порядок ликвидации туристских фирм.

Понятие потребителя в туризме. Понятие исполнителя в туризме. Обязанности исполнителя. Заключение, исполнение, изменение и прекращение договора о реализации туристского продукта. Существенные условия договора о реализации туристского продукта.

Литература

1. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02425-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453374>

2. Кудреватых, А. С. Правовое регулирование в туризме : учебное пособие, практикум / А. С. Кудреватых. — Москва : Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2018. — 288 с. — ISBN 978-5-98699-283-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88892.html>

3. Захарова, Н. А. Нормативно-правовые основы туристской и гостиничной деятельности : учебное пособие / Н. А. Захарова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-4497-0352-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93540.html>

Тема 3. Экономика туристской индустрии

Основные понятия экономики туризма. Предмет и объект экономики туризма. Экономика туризма как направление научных исследований. Экономика туризма как учебная дисциплина. Междисциплинарные связи экономики туризма. Основная концепция экономики туризма. Структура и специфика экономики туризма на макро-, мезо- и микроуровне. Прикладные методы исследовательской деятельности в туризме и их практическое применение. Понятие и структура туристской индустрии. Участники туристской индустрии. Виды туристских предприятий. Туроператоры и турагенты, экономические особенности и отличия их функционирования. Субституция и комплементарность в туризме. Понятие туристского рынка. Особенности туристского рынка. Туристские затраты и потребление. Использование нормативных документов по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии при решении экономических задач. Инфраструктура туристского рынка. Понятие и классификация туристской инфраструктуры. Основные компоненты инфраструктуры туристского рынка. Общая и специфическая инфраструктура туризма. Функции инфраструктуры туристской индустрии. Планирование и экономическая эффективность вложений в туристскую инфраструктуру.

Экономическая значимость туризма. Оценка социально-экономического воздействия туризма. Мультипликативный эффект в туризме. Понятие инноваций и их роль в развитии туризма. Инвестиции в туризм. Инновационная и инвестиционная политика в туризме.

Состав и классификация затрат предприятия туристской индустрии. Теория безубыточности и ее использование в туризме. Себестоимость туристского продукта и методы ее расчета. Формирование финансовых результатов деятельности предприятий туристской индустрии. Эффективность использования ресурсов предприятия туристской индустрии. Экономическая эффективность деятельности предприятий туристской индустрии. Выручка, прибыль, формирование и распределение прибыли предприятия туристской индустрии. Прибыль и рентабельность предприятий туристской индустрии. Финансовая отчетность предприятий туристской индустрии. Анализ финансовых результатов деятельности предприятий туристской индустрии.

Формы и методы оплаты труда в туризме. Мотивация труда и ее значение на предприятиях туризма. Оценка эффективности работы персонала предприятий туристской индустрии. Актуальные вопросы экономики управления персоналом в туризме. Функционально-стоимостной подход к организации и стимулированию труда на предприятиях туристской индустрии.

Туризм как сфера международной экономической деятельности. Зарубежный опыт развития экономики туризма. Актуальные вопросы экономики туризма на макро-, мезо и микроуровне. Современные вопросы экономики туризма. Прогнозирование развития туристского рынка.

Литература

1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма: учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07403-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454343>

2. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09532-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453848>

3. Черевичко, Т. В. Экономика туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т. В. Черевичко. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 264 с. — 978-5-394-01491-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75188.html>

Тема 4. Финансово-экономическая деятельность предприятия туристской индустрии

Основы экономической теории и предпринимательства в сфере сервиса и туризма. Предмет экономической теории. Экономические категории и законы. Методы экономической теории. Общая характеристика общественного производства: производство, распределение,

обмен, потребление. Экономические агенты. Экономические потребности. Блага и их классификация. Ресурсы производства и их ограниченность. Проблема выбора оптимального решения. Кривая производственных возможностей. Издержки упущенных возможностей (альтернативная стоимость).

Экономические отношения. Собственность как экономическая категория. Характеристика основных форм собственности. Транзакционные издержки. Определение экономической системы. Основные элементы экономической системы. Основные модели современного рыночного хозяйства. Общая характеристика рыночной экономики. Рынок и условия его развития. Функции рынка и его типология. Структура и инфраструктура рынка. Товар и его свойства. Понятие услуги. Особенности услуг как товара. Особенности туристского рынка. Особенности рынка сервисных услуг. Основные положения теории трудовой стоимости и теории предельной полезности. Понятие конкуренции. Конкуренция как форма реализации экономических отношений. Деньги как категория товарноденежных отношений. Роль государства в рыночной экономике.

Понятие предпринимательства. Предпринимательская деятельность в сфере сервиса и туризма. Основной и оборотный капитал. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства. Оценка эффективности результатов деятельности в сфере сервиса и туризма. Диверсификация, концентрация и централизация производства. Организационные формы бизнеса. Открытие и закрытие предприятий. Взаимосвязь риска и дохода. Риск как особый вид издержек. Управление рисками в предпринимательской деятельности.

Финансовый менеджмент в туризме. Цель и задачи финансового менеджмента в туризме. Роль и место финансового менеджмента в системе управления туристским предприятием. Понятие и задачи стратегического и тактического финансового менеджмента в туризме. Система управления финансами предприятия туристической индустрии. Базовые концепции финансового менеджмента. Финансовые методы и рычаги. Основные функции и методы работы финансового менеджера. Финансовые инструменты. Система показателей информационного обеспечения финансового менеджмента в туризме. Внешние и внутренние источники формирования информационной базы в туризме. Внешняя – правовая и налоговая – среда. Понятие финансовой отчетности, принципы ее построения и методы анализа, пользователи финансовой отчетности. Основные показатели финансовой отчетности, используемые для принятия финансовых решений в туризме. Баланс предприятия, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств. Сущность инвестиционной стратегии предприятия туристической индустрии. Многовариантность инвестиционных решений в туризме. Оценка эффективности и риска инвестиционных проектов в туризме. Методы выбора инвестиционных проектов, анализ альтернативных проектов в туризме. Управление инвестициями в туризме. Методологические основы принятия финансовых решений в туризме. Принятие решений по инвестиционным проектам в туризме. Инвестиционная политика предприятия туристической индустрии. Финансовое планирование и прогнозирование предприятия туристической индустрии. Содержание и принципы внутрифирменного финансового планирования в туризме. Роль внутрифирменного финансового планирования в туризме. Виды и формы финансовых планов. Стратегическое, долгосрочное и краткосрочное финансовое планирование в туризме. Методы прогнозирования основных финансовых показателей. Методы составления финансовых планов предприятия туристической индустрии. Финансовая стратегия предприятия туристической индустрии. Финансовое планирование в составе бизнес-плана предприятия туристической индустрии.

Бизнес-планирование в туризме. Понятие и роль бизнес-плана в современном предпринимательстве. Сущность и значение бизнес-планирования в управлении организацией (предприятием). Классификация бизнес – планов. Бизнес-планы для внутреннего и внешнего использования. Основные функции бизнес-планов в туризме. Генерация бизнес-идей в туризме. Жизненный цикл бизнес-проекта. Особенности составления бизнес-планов в туризме на разных уровнях управления. Бизнес-планы для предприятий туристической индустрии. Бизнес-планы развития туристских дестинаций. Обоснование управленческих решений в туризме на микро-

и мезоуровне основе бизнес-планирования. Структура бизнес-плана и краткая характеристика основных разделов. Требования к разработке бизнес-планов. Информационное обеспечение бизнес-планирования. Внутренняя и внешняя среда при разработке и обосновании бизнес-плана. Последовательность разработки бизнес-плана. Резюме бизнес-плана. Описание отрасли и предприятия. План маркетинга. План производства. Расчет затрат предприятия туриндустрии. Организационный 5 план. Финансовый план. Определение ставки дисконтирования. Анализ рисков. Подготовка бизнес-плана к реализации. Презентация бизнес-плана. Общие принципы оценки эффективности проектов в туризме. Основные показатели экономической эффективности бизнес-плана. Особенности оценки эффективности бизнес-проектов на различных уровнях управления туризмом. Оценка эффективности функционирования туристской системы. Многовариантные расчеты в бизнес-планировании. Основные факторы, влияющие на реализацию бизнес-проекта в туризме. Источники рисков бизнес-проектов в туризме. Понятие и классификация рисков в туризме. Особенности рисков бизнес-проектов на различных уровнях управления туризмом. Анализ чувствительности проекта. Метод сценариев. Методы минимизации проектных рисков в туризме.

Литература

1. Экономическая теория : учебник для вузов / В. Ф. Максимова [и др.] ; под общей редакцией В. Ф. Максимовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 592 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12547-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447913>
2. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07403-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454343>
3. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для вузов / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07413-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452434>
4. Кандрашина, Е. А. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / Е. А. Кандрашина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 220 с. — 978-5-394-01579-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75192.html>
5. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / О. Н. Васильева, А. В. Казакова, И. А. Меркулина [и др.] ; под редакцией Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 310 с. — ISBN 978-5-394-03306-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85352.html>
6. Бизнес-планирование проектов в сфере услуг с привлечением иностранных инвестиций : учебное пособие / Н. В. Банникова, Т. Н. Костюченко, Н. Н. Тельнова [и др.]. — Ставрополь : Секвойя, 2018. — 53 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92974.html>

Тема 5. Статистика туризма

Теория статистики: предмет, метод, задачи и организация, статистическое измерение, методы сплошного и выборочного наблюдения социально-экономических явлений и процессов, статистические группировки, методы обработки и анализа статистической информации, метод средних величин, вариационный анализ, корреляционный, индексный методы анализа, анализ рядов динамики, многомерный статистический анализ, статистические методы моделирования и прогнозирования социально-экономических явлений и процессов.

Социально-экономическая статистика: статистика населения, системы статистических

показателей отраслей и секторов экономики, статистика рынка труда, статистика национального богатства, анализ эффективности функционирования предприятий и организаций, экономической конъюнктуры, статистические методы исследования уровня жизни населения. Основы системы национальных счетов: статистическая методология построения национальных счетов, балансов и системы показателей, характеризующих экономические процессы на макроуровне. Основы статистики финансов: методология финансово-экономических расчетов и их использование в статистическом анализе, статистика государственных финансов, системы статистических показателей финансовой деятельности предприятий и организаций, статистические показатели денежного обращения, инфляции и цен, банковской и биржевой деятельности, страхования, налогов и налогообложения, финансовых рынков. Понятия и определения статистики туризма; посетители и поездки, их статистические характеристики; рекомендации международных организаций по классификациям в туристской индустрии. Классификации туристского спроса: классификации туристских поездок; туристские расходы и их классификации, характерные туристские товары и услуги. Классификации предложения в туризме: характерные туристские виды деятельности. Стандартная международная классификация видов деятельности в области туризма (СИСТА). Внутренний и международный туризм.

Система показателей статистики туризма. Показатели туристского спроса: статистика туристских поездок резидентов в пределах страны (внутренний туризм), статистика туристских поездок резидентов за рубеж (выездной туризм), статистика туристских поездок нерезидентов по стране (въездной туризм). Показатели предложения в туризме: характеристика деятельности средств размещения и других видов деятельности, производящих характерные туристские товары и услуги. Региональная статистика туризма.

Макроэкономические показатели, характеризующие туристскую деятельность и туристскую индустрию. Понятие сателлитного счета туризма.

Источники получения информации в статистике туризма. Методы статистического наблюдения. Вклад Всемирной туристской организации в развитие статистики туризма.

Литература

1. Захарова, Н. А. Страхование и статистика в туризме : учебное пособие / Н. А. Захарова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 212 с. — ISBN 978-5-4497-0390-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93552.html>
2. Дудин, М. Н. Статистика : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Н. Дудин, Н. В. Лясников, М. Л. Лезина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 374 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8908-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433994>
3. Гущенская, Н. Д. Статистика [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Н. Д. Гущенская, И. Ю. Павлова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 211 с. — 978-5-4486-0034-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70281.html>
4. Статистика туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / сост. Н. М. Трусова. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2017. — 129 с. — 978-5-8154-0404-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76345.html>
5. Иматаева, А. Е. Статистика [Электронный ресурс] : учебное пособие для экономических специальностей / А. Е. Иматаева. — Электрон. текстовые данные. — Алматы : Альманах, 2016. — 135 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69244.html>

Тема 6. Менеджмент и маркетинг туризма

Менеджмент туризма: основы менеджмента; понятия, сущность и функции менеджмента туризма, опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России. Специфика менеджмента туризма: цели и задачи управления предприятием, организация работы по управлению предприятием, система коммуникаций, стратегическое и текущее планирование, методы принятия решений, внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма, основы производственного менеджмента, создание системы мотивации труда, организация контроля за деятельностью подчиненных, самоменеджмент, риск-менеджмент, этика делового общения; управление конфликтами; психология менеджмента; внешние связи и возможности менеджмента, налаживание взаимовыгодного сотрудничества.

Маркетинг туризма: как инструмент развития туристской индустрии в условиях рыночной экономики: понятие сущности маркетинга, маркетинговая стратегия, система маркетинга, ее особенности исследования рынка туристской индустрии, политика цен, теория продаж и продвижения турпродукта, маркетинг-микс и маркетинговый контроль, организация и деятельность маркетинговой службы предприятия туристской индустрии, маркетинговая коммуникация, международный маркетинг, внешнеэкономический маркетинг - особая составная часть маркетинга туризма, специфика международного маркетинга в России. Контролинг в системе маркетинга.

Литература

1. Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для академического бакалавриата / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 282 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-10440-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430028>

2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07713-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453849>

3. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452688>

4. Удалова, И. Б. Менеджмент в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / И. Б. Удалова, Н. М. Удалова, Е. А. Машинская. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 256 с. — 978-5-394-02243-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75214.html>

5. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451446>

6. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450891>

7. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450596>

Тема 7. Технологии и организация деятельности туристской индустрии

Технологии и организация операторских и агентских услуг. Понятие и виды деятельности туроператоров и турагентов. Проектирование туров. Поставщики услуг. Объекты размещения. Транспортные компании. Экскурсионные и трансферные организации. Документация туристской фирмы. Документы туристов. Договор с клиентом - как основной документ туристской фирмы. Оптовая и розничная продажа туристских услуг, технологии продаж. Характеристика рынка выездного туризма. Характеристика объектов размещения за рубежом. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения. Организация питания туристов за рубежом. Различия организационных форм питания (полупансион, полный пансион, «всё включено» и др.) в условиях прибрежных, городских и других форм размещения. Организация экскурсионной деятельности за рубежом. Организация и работа представительств туристских компаний за рубежом. Характеристика основных международных въездных потоков. Особенности российского туристского продукта. Виды предлагаемых и реализуемых программ.

Создание привлекательного туристского продукта. Основные параметры и условия, формирующие образ территорий, привлекательный для организации въездного туризма (безопасность, уровень сервиса, насыщенность туристскими объектами, состояние объектов, состояние инфраструктуры). Имидж территории. Особенности проектирования туров с учетом социально психологических особенностей иностранных туристов. Российские национальные праздники как основа анимационных программ в экскурсионном и других видах въездного туризма.

Основы туроперейтинга во внутреннем туризме. Паспортные формальности. Визовые формальности. Таможенные формальности. Медицинские формальности. Основы страхования в туризме. Порядок ввоза и вывоза фауны и флоры. Порядок ввоза и вывоза культурных ценностей на территорию и с территории РФ. Особенности оформления документации при въезде иностранных туристов в РФ.

Технологии и организация гостиничных услуг. Индустрия гостеприимства, её значение и место в туризме. История развития индустрии гостеприимства. Сегментация рынка гостиничных услуг. Концепции, определения и классификации принятые Всемирной туристской организации (ВТО) для статистики туризма. Рекомендации Секретариата ВТО по межрегиональной гармонизации критериев гостиничной классификации на основе стандартов, принятых региональными комиссиями ВТО (1989 г.).

Многообразие систем классификации гостиниц. Критерии классификации. Система классификации гостиниц в России.

Общие требования к гостиницам. Требования к материально-технической базе гостиничных предприятий. Понятие "гостиничная услуга". Характеристика и специфические особенности гостиничных услуг. Номенклатура (перечень) услуг, предоставляемых гостиницами. Основные и дополнительные услуги. Качество предоставляемых услуг. Требования к персоналу гостиницы. Собственные стандарты гостиниц и стиль обслуживания гостей.

Типология гостиниц. Классификации и характеристики гостиниц в различных странах мира. Характеристика и классификация средств размещения в России. Современные тенденции и перспективы развития индустрии гостеприимства. Формы управления гостиницами. Тенденции развития гостиничных цепей. Гостиничные консорциумы. Франчайзинг в индустрии гостеприимства. Малые гостиницы.

Формы управления гостиницами. Информационная структура гостиничного предприятия. Информационные потоки в гостиничном предприятии. Способы внедрения информационных технологий в гостиничных предприятиях. Классификация информационных систем. Программные продукты общего назначения: финансового учета и анализа; специализированные зарубежные и отечественные. Использование глобальной сети Интернет в информационном менеджменте гостиничного предприятия.

Особенности гостиничных услуг. Технологический цикл обслуживания гостя.

Организационная структура гостиничных предприятий различного типа. Характеристика отдельных служб гостиничных предприятий: место и роль службы в структуре гостиничных предприятий, взаимосвязь с другими службами, технологические процессы, организация рабочих мест, их оснащение. Профессиональная терминология. Профессиональные требования к работникам отдельных служб. Профессиональная этика. Должностные инструкции.

Понятие "индустрия гостеприимства". Характеристика сегментов индустрии гостеприимства: размещение, питание, транспорт, рекреация и культура. Гостиничное предприятие как основной объект размещения. Место гостиничных предприятий в индустрии гостеприимства. История развития гостиничного бизнеса в мире и России. Гостиничная индустрия мира. Международная ассоциация ресторанов и отелей. Географическая структура мирового гостиничного комплекса. Основные показатели деятельности современной гостиничной индустрии. Роль и место гостиничного бизнеса в развитии экономики разных стран. Факторы, влияющие на развитие гостиничного бизнеса. Современное состояние гостиничного комплекса России, тенденции и проблемы развития.

Качество обслуживания как важнейшая стратегическая задача гостиничного предприятия. Роль руководителя гостиничного предприятия в повышении качества гостиничных услуг.

Маркетинг гостиничных услуг. Роль маркетинга гостиничных услуг в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия. Принцип "удовлетворение потребностей клиента и маркетинг".

Формирование ожиданий покупателей гостиничной услуги. Пять уровней отношений гостиничного предприятия с гостем: основной, реагирующий, ответственный, проактивный, партнерства. Использование специальных инструментов маркетинга: дополнительные финансовые льготы, дополнительные социальные льготы, подключение к структурным связям. Технология продаж гостиничных услуг. Договорные вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы в гостиничном бизнесе.

Правовые вопросы технологии и организации предоставления гостиничных услуг. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Договорные отношения между клиентом и гостиничным предприятием. Страхование гостиничных услуг.

Технологии и организация услуг питания. Государственное регулирование деятельности предприятий питания. Правила оказания услуг питания, Закон «О защите прав потребителей», классификация предприятий питания, стандарты к производственному и обслуживающему персоналу, санитарные правила. Разрешительная процедура в сфере питания. Заключение СЭС, Госпожнадзора. Сертификация деятельности, лицензирование розничной алкогольной продукции, регистрация в местном органе власти.

Формы и методы организации услуг питания. Одно, двух и трехразовое питание, буфеты и бары, шведский стол и заказное меню, организация работы торгового зала гостиничного ресторана, банкеты и фуршеты, бизнес-ланчи, семейные обеды, кофе-брейк, чайные столы, функции метрдотеля (администратора), официанта, хостес. Организация работы бара, классификация алкогольных напитков и коктейлей, оборудование бара. Организация обслуживания в номерах, мини-бары. Вина и напитки. Особенности национальной кухни. Организация пунктов питания для туристов. Технология оказания услуг питания.

Контроль работы предприятий питания. Должностные характеристики, правила внутреннего распорядка, Закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного надзора».

Маркетинг услуг питания. Техническое оснащение и эксплуатация предприятий питания. Качество услуг питания. Технология продаж.

Технологии и организация экскурсионных услуг. История экскурсионного дела в России. Определение экскурсоведения в системе наук. Основные проблемы экскурсоведения. Экскурсионное дело в структуре туристской индустрии. Определение

понятия экскурсия. История становления. Экскурсия как мастерство. Экскурсия как просветительская деятельность. Экскурсия как воспитание. Классификация экскурсий по разным критериям: по характеру движения, характеру группы, характеру содержания экскурсии, характеру объекта показа. Специфические знания, определяемые требованиями экскурсии. Прием заявок на проведение экскурсий. Подготовка к экскурсии. Организация экскурсий, встреча туристов. Определение ключевых позиций программы экскурсии. Техника безопасности во время проведения экскурсий. Методическая разработка. Хронометраж экскурсии. Портфель экскурсовода. Этапы подготовки экскурсии. Карточки объектов. Получение и сверка необходимых документов. Определение особых потребностей туристской группы и индивидуальных туристов. Методика разработки программы стандартной обзорной экскурсии. Методика разработки программы экскурсии по музею или культурному центру. Методика проведения обзорной экскурсии. Методика проведения экскурсии по музею или культурному центру. Методика проведения экскурсии по специальной программе. Методика проведения специализированной экскурсии. Методика проведения тематических нестандартных экскурсий. Соблюдение программы экскурсии. Организация протокольных мероприятий в начале и при завершении экскурсии. Техника ответов на вопросы. Техника осмотра, показа и изучения объектов экскурсии. Техника осмотра, показа и изучения объектов обзорной экскурсии. Техника осмотра, показа и изучения экспозиции музея или культурного центра. Показ во время движения автобуса. Показ архитектурного объекта. Городского ансамбля. Места исторического действия. Работа с музеями, выставками и театрами. Музееведение об экспозиции, интерьер Цвет и свет зала, работа экскурсовода с картиной, вещью, витриной. Интерьер и его связь со стендом, графическое и цветовое решение стенда, работа с графическим и цифровым материалом. Техника экскурсионного рассказа и объяснение, методы исторической реконструкции, локализации. Дискуссионный метод, проблемный метод. Путевая информация. Деловой стиль и опрятность. Представления туристов об идеальном экскурсоводе. Теория межличностного общения. Профессиональный этикет. Классификация групп по установке на экскурсию. Обратная связь на экскурсии. Приемы этического воздействия. Приемы активизации туристов. Эмоциональный фактор.

Литература

1. Веселова, Н. Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н. Ю. Веселова. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 255 с. — 978-5-394-03387-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83129.html>
2. Крепс, Т. В. Организация экскурсионного обслуживания в туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Туризм» / Т. В. Крепс. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 99 с. — 978-5-93926-331-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81859.html>
3. Руденко, Л. Л. Технологии гостиничной деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. Л. Руденко, Н. П. Овчаренко, А. Б. Косолапов. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 176 с. — 978-5-394-03125-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83150.html>
4. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09303-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451744>
5. Сухов, Р. И. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Р. И. Сухов. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016. — 267 с. — 978-5-9275-2003-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78686.html>

Тема 8. Технологии продаж услуг туристской индустрии

Особенности формирования рынка туристских услуг. Туристский продукт - основные характеристики, состав. Рынок потребителей. Рынок конкурентов. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс удовлетворения потребностей потребителей и удовлетворения потребностей продавца в стремлении получать прибыль, построенный на реализации товаров и услуг туристской индустрии. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг. Основные принципы размещения предприятий туристской индустрии. Офисная технология - как основа технологии продаж. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии. Технологическая документация сопровождения продаж. Этапы совершения покупки. Создание инструментов диагностики потребностей потребителей туристских услуг. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке продукта туристской индустрии. Современный опыт применения и использования. Мотивации покупок. Психологические модели потребительских мотиваций. Существующие способы (подходы) ведения продаж. Опыт в использовании различных способов ведения продаж. Выбор оптимальной стратегии продаж туристских услуг. Проектирование каналов распределения. Функции участников каналов распределения. Управление потоками услуг- контрагентов. Управление физическим распределением. Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг (информационная функция, функции продвижения, ведения переговоров, достижения согласия по ценам, финансирования, оплаты, работы с клиентом, послепродажного сопровождения услуг). Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг. Алгоритмы первого посещения клиента. Подготовка к продажам. Пробуждение интересов потенциальных клиентов. Привлечение и удержание клиентов. Нейтрализация возражений потенциального клиента. Работа с рекламациями. Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг. Постоянные клиенты. Презентация. Продажи на выставках. Продажи через Интернет. Продажи по телефону.

Литература

1. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-394-03566-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90239.html>
2. Веселова, Н. Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н. Ю. Веселова. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 255 с. — 978-5-394-03387-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83129.html>
3. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / В. Ю. Воскресенский. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 462 с. — 978-5-238-01456-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71022.html>

Тема 9. Реклама в туризме

Понятие рекламы. История рекламы и современное состояние. Цели и общие требования к рекламе в туризме. Функции рекламы. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие их взаимодействие. Реклама и общество. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, привитие хорошего вкуса и т.п. Методы продвижения туристского продукта. Особенности продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Классификация видов рекламы в туризме. Реклама туристских дестинаций.

Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателей, первичные и вторичные потребительские мотивы. Модель потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, влияние рекламных стимулов. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма. Средства распространения рекламы в туризме и их особенности. Выбор средств распространения рекламы. Техника распространения рекламных материалов.

Товарный знак и его функции в туризме. Основные типы товарных знаков. Законодательство о товарных знаках. Использование франчайзинга в туризме. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме. Имидж туристского предприятия. Понятие и цели рекламных кампаний в туризме. Особенности организации рекламных кампаний в туризме.

Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля, речи. Рекламные жанры. Методика работы над рекламным сообщением. Текст печатной рекламы, требования к рекламным текстам, основные композиционные элементы рекламного текста. Принципы дизайна печатной рекламы, стили и разработка макетов, шрифтовое и художественное оформление. Особенности создания текстов для радио и телевизионной рекламы. Основные инструменты для передачи радиорекламы: голос, музыка, звуковые эффекты.

Особенности визуальной телерекламы.

Общая характеристика правового регулирования рекламы. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в туризме. Федеральный закон «О рекламе». Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Специфика выставочной деятельности. Классификация туристских выставок. Основные этапы организации выставочной деятельности.

Эффективность рекламной деятельности в туризме.

Литература

1. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454344>

2. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-394-03566-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90239.html>

3. Найджел, Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет ; пер. В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмин. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>

Тема 10. Стандартизация, сертификация, лицензирование в туристской индустрии

Становление и развитие системы стандартизации; правовая база, эволюция целей и задач, принципы, объекты, функции и методы стандартизации. Россия и требования ВТО в области стандартизации. Национальная система стандартизации: функции и организационная структура; стандарты и классификаторы; комплексы стандартов (ГГС, УСД, ЕСТД, ССБТ). Характеристика национальных стандартов туристской индустрии, порядок их разработки. Применение международных стандартов, норм и правил. Стандартизация в организациях туристской индустрии: организация работ, объекты стандартизации, стандарт организации, его применение, порядок разработки. Структура фонда законодательных актов, нормативных и технических документов, содержащих требования к услугам и продукции в туристской

индустрии. Стандартизация в туристской индустрии зарубежных стран.

Техническое регулирование как новая форма организационно - правового регулирования установления требований к качеству и безопасности, оценки качества продукции и услуг: стандартизация и сертификация как инструменты технического регулирования. Технические регламенты в обеспечении безопасности продукции и услуг туристской индустрии. Государственный контроль (надзор) за соблюдением, требований технических регламентов и последствия выявленных нарушений.

Сертификация в туристской индустрии: цели, задачи, становление и развитие работ по сертификации и подтверждению соответствия; требования ВТО в области оценки соответствия, место сертификации в области оценки соответствия; формы подтверждения соответствия; объекты сертификации; нормативно-правовое и методическое обеспечение работ по подтверждению соответствия. Схема взаимодействия участников системы сертификации и их функции. Отличие обязательных и добровольных систем сертификации. Порядок сертификации услуг. Схемы сертификации. Системы сертификации в туристской индустрии. Аттестация средств размещения. Сертификация продукции, персонала и других объектов. Аккредитация и взаимное признание сертификации.

Международное и межгосударственное сотрудничество в области стандартизации, сертификации и аккредитации. Международные, региональные и другие организации по стандартизации, сертификации и аккредитации. Деятельность Европейского Союза в области стандартизации, ИСО. Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации СНГ, соглашение о проведении согласованной политики. Информационное обеспечение работ по техническому регулированию.

Литература

1. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12232-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452692>

2. Захарова, Н. А. Стандартизация, сертификация, лицензирование, контроль и надзор в туризме : учебное пособие / Н. А. Захарова. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 137 с. — ISBN 978-5-4497-0391-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93550.html>

3. Радкевич, Я. М. Метрология, стандартизация и сертификация [Электронный ресурс] : учебное пособие / Я. М. Радкевич, А. Г. Схиртладзе, Б. И. Лактионов. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 791 с. — 978-5-4487-0335-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79771.html>

4. Белянская, Н. М. Экономика качества, стандартизации и сертификации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. М. Белянская, В. И. Логанина, Л. В. Макарова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2014. — 146 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19526.html> Зворыкина Т.И., Платонова Н.А. Технические регулирования: сфера услуг. Учебное пособие. - М: «Альфа- М.: Инфра-М», 2008. (Гриф УМО).

Тема 11. Управление качеством услуг в туризме

Роль качества в современном социуме. Понятие качества услуг. Факторы, определяющие воспринимаемое потребителем качество услуг; техническое, функциональное и социальное (этическое) качество. Субъективность восприятия потребителем качества услуг. Классификация характеристик и показателей качества услуг туризма. Градация качества. Методы определения показателей качества. Измерение удовлетворенности потребителей качеством услуг. Особенности восприятия качества услуг: туристских, экскурсионных, гостиниц, общественного питания и т.д. Продукция как составная часть услуги туризма. Классификация показателей качества и методы их определения.

Эволюция управления качеством в России и за рубежом. Этапы развития менеджмента качества услуг в туризме. Концепция всеобщего управления качеством. Роль государства в обеспечении качества услуг туризма и защиты прав потребителей. Принципы менеджмента качества. Планирование качества, обеспечение качества, управление качеством, улучшение качества, контроль качества. Функции и методы менеджмента качества услуг. Инструменты качества, развертывание функций качества; концепция домика качества, метод "Шесть сигм". Модели системы менеджмента качества: интервальная модель, модель процессного подхода стандарта ИСО 9001:2000. Элементы системы менеджмента качества, аудит и самооценка. Управление качеством проекта. Информационные технологии в управлении качеством. Взаимосвязь систем менеджмента качества с системой управления окружающей средой. Особенности систем менеджмента качества услуг туризма (операторских и агентских услуг, услуг гостиниц, предприятий питания, экскурсионных услуг и т.д.), проблемы внедрения. Структура затрат и управление затратами на качество. Сертификация систем менеджмента качества. Критерии моделей делового совершенства: международные, европейская и российская премии и конкурсы в области качества. Опыт участия российских и зарубежных организаций туризма в конкурсах в области качества.

Литература

1. Колочева, В. В. Управление качеством услуг : учебное пособие / В. В. Колочева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 99 с. — ISBN 978-5-7782-3476-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/91462.html>
2. Воронцова, Н. В. Всеобщее управление качеством [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Воронцова. — Электрон. текстовые данные. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 135 с. — 978-5-9585-0716-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83595.html>
3. Управление качеством [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / С. Д. Ильенкова, С. Ю. Ягудин, Н. В. Тихомирова [и др.] ; под ред. С. Д. Ильенкова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 287 с. — 978-5-238-02344-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66305.html>
4. Р., Эванс Управление качеством [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / Джеймс Эванс Р. ; пер. Э. М. Короткова ; под ред. Э. М. Короткова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 673 с. — 5-238-01062-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52065.html>

Перечень экзаменационных вопросов.

1. Антикризисный менеджмент в сфере туризма.
2. Внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма.
3. Внутренняя и внешняя среда при разработке и обосновании бизнес-плана в туризме.
4. Гаагская декларация по туризму.
5. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ.
6. Законодательство при оказании туристских услуг. Его значение для оценки качества услуг.
7. Защита интересов российских туристов за пределами РФ.
8. Имидж предприятий индустрии туризма.
9. Критерии экономической эффективности деятельности туристского предприятия.
10. Международные стандарты серии ИСО 9000.
11. Методологические основы принятия финансовых решений в туризме.
12. Методы продаж турпродукта.
13. Национальная система управления качеством индустрии туризма и

гостеприимства.

14. Нормативные правовые акты, регулирующие туристскую деятельность в Российской Федерации.

15. Общие положения договорных отношений в туристской сфере.

16. Определения, классификации, группировки, статистические показатели, используемые в отечественной и международной статистике туризма как статистические стандарты.

17. Организационные вопросы статистического наблюдения в туризме.

18. Организация экскурсионного предпринимательства на базе существующих предприятий.

19. Основные задачи финансового менеджера предприятий туристской индустрии.

20. Основные концепции и понятия экономики туристской индустрии.

21. Основные принципы финансового менеджмента в туризме.

22. Основные типы нарушений прав туристов, допускаемых турагентами.

23. Основные функции финансового менеджера предприятий туристской индустрии.

24. Основы планирования работы экскурсионной фирмы в рыночных условиях.

25. Особенности внедрения нового туристского продукта на рынок.

26. Особенности законодательного обеспечения турагентской деятельности.

27. Особенности использования рекламных средств в туризме.

28. Особенности маркетинговой ценовой стратегии туристского предприятия.

29. Планирование рекламной кампании в туризме.

30. Пример разработки стандарта организации для предприятия туристской индустрии.

31. Пример реального применения «Модели менеджмента качества» на предприятии туристской индустрии.

32. Пример установления требований к услугам туроператора при стандартизации.

33. Принципиальные особенности экскурсии как творческого, информационно-художественного произведения; концепция, полнота, сюжет экскурсии.

34. Принципиальные товарные особенности экскурсионного продукта.

35. Принципы формирования капитала туристского предприятия.

36. Программно-методологические вопросы статистического наблюдения в туризме.

37. Роль государства в обеспечении предпринимательской деятельности в туризме.

38. Система непрерывного профессионального образования на туристском предприятии.

39. Современные тенденции развития предпринимательства в туризме в России.

40. Способы урегулирования конфликтных ситуаций в сфере туризма.

41. Сравнительная характеристика деятельности турагента и туроператора.

42. Средства распространения рекламы в туризме.

43. Становление и организация экскурсионной фирмы, экскурсионного подразделения в туристской фирме.

44. Статистика туризма как отрасль статистической науки.

45. Стимулирование сбыта в туризме.

46. Сущность и разновидности менеджмента туризма.

47. Сущность экономической эффективности управления и факторы, влияющие на ее уровень.

48. Схема процесса коммуникации при продвижении турпродукта.

49. Технология формирования «индивидуального» турпродукта.

50. Типология бизнес-планов в туризме.

51. Требования к разработке бизнес-планов в туризме.

52. Экскурсия: социально-культурное значение; признаки, функции.

Критерии оценивания вступительного испытания

90-100 баллов заслуживает поступающий, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

70-89 баллов заслуживает поступающий обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

60-69 баллов заслуживает поступающий, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

0-59 баллов выставляется поступающему, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.