

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ТГПУ)**

Утверждаю  
 / И.А. Ромахина  
декан факультета  
« 02 » 09 2014 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б.3.В.08 ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ**

ТРУДОЕМКОСТЬ (В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ) 4

Направление подготовки	100400.62 Туризм
Профиль подготовки	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

## **1. Цели изучения дисциплины**

Формирование у студентов знаний об основных понятиях в области технологии организации турагентской деятельности, комплексном понимании специфики работы турагента и предоставляемых им услуг.

Целью изучения дисциплины «Технология и организация турагентских услуг» для бакалавров по направлению подготовки 100400 Туризм является подготовка **студентов** к решению следующих профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности:

производственно-технологическая деятельность:

- применение современных технологий в реализации туристского продукта;
- использование информационных и коммуникативных технологий в процессе разработки и реализации туристского продукта;

организационно-управленческая деятельность:

- принятие оперативных управленческих решений в области туристской деятельности;

сервисная деятельность:

- организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов;
- умение самостоятельно разрабатывать внутренние нормативные документы по обеспечению качества и стандартизации услуг туристской индустрии;

## **2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Подготовка бакалавров туризма предполагает получение базовой системы знаний (общепрофессиональная часть) и вариативная часть.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом ВПО РФ «Технология и организация турагентских услуг» относится к циклу профессиональных дисциплин вариативной части и изучается студентами ТГПУ направления подготовки 100400 «Туризм».

Изучение основ данной учебной дисциплины, получаемые при этом знания и формируемые навыки, дополняются и углубляются при изучении других учебных курсов в рамках основной образовательной программы: «Менеджмент в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии», «Экономика туристского рынка», «Психология делового общения» и др.

## **3. Требования к уровню освоения программы**

Процесс изучения дисциплины «Технология и организация турагентских услуг» направлен на формирование знаний, умений и навыков, определенных ООП вуза, и предполагает установление следующих **профессиональных компетенций** (ПК):

*проектная деятельность:*

готовностью к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-4);

*производственно-технологическая деятельность:*

способностью к реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-6);

*организационно-управленческая деятельность:*

способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии (ПК-10);

способностью к эффективному общению с потребителями туристского продукта (ПК-11);

умением организовать процесс обслуживания потребителя (ПК-12);

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные индивидуальные потребности психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной человека, структуру обслуживания с природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики; теорию обслуживания

- организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли; особенности правовых и отношений между участниками деятельности; понятие, виды и организации деятельности туроператоров турагентов и контрагентов деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме

- офисные технологии и специальное программное обеспечение туристской деятельности, интернет-технологии

- функции менеджмента, формы управления предприятиями туристской индустрии; виды управленческих решений и методы их разработки; основы управления персоналом туристского предприятия;

- технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;

- теоретические основы психологии общения, коммуникативные техники технологии делового общения в туризме.

**Уметь:**

- диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению, планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии;

- составлять договорную документацию всех контрагентов туристской деятельности, компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы бронирования услуг в туризме;

- использовать существующие пакеты прикладных программ для решения конкретных задач профессиональной деятельности в туристской индустрии;

- анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов);

- выбирать и применять эффективные технологии продаж;

- навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях туристской индустрии требованиям нормативной документации.

**Владеть:**

- навыками формирования и продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей;

- навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристского продукта, мониторинга туристской индустрии;

- навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта;

- основными коммуникативными методами и приемами делового общения в профессиональной сфере.

**4. Общая трудоемкость дисциплины 4 зачетных единиц и виды учебной работы**

**Очная форма обучения (4 года обучения)**

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
		6	7	8
	Всего 144	6	7	8
Аудиторные занятия	76		76	
Лекции	19		19	
Практические занятия	57		57	
Семинары				
Лабораторные работы				
Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	41		41	
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчетно-графические работы				
Формы текущего контроля	Тестирование			
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	Экзамен (27)		Экзамен (27)	

**Очная форма обучения (3 года обучения)**

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
		4	5	6
	Всего 144	4	5	6
Аудиторные занятия	54		54	
Лекции	18		18	
Практические занятия	36		36	
Семинары				
Лабораторные работы				

Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	63		63	
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчетно-графические работы				
Формы текущего контроля	Тестирование			
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	Экзамен (27)		Экзамен (27)	

#### Заочная форма обучения - 4 зачетных единицы

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
		6	7	8
	Всего 144	6	7	8
Аудиторные занятия	16			16
Лекции	4			4
Практические занятия	12			12
Семинары				
Лабораторные работы				
Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	128			128
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчетно-графические работы				
Формы текущего контроля	Тестирование			
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	Экзамен			Экзамен

## 5. Содержание программы учебной дисциплины

### 5.1. Содержание учебной дисциплины

№п /п	Наименование темы дисциплины	Аудиторные часы					Самостоятельная работа (час)
		ВСЕГО	Лекции	практические (семинары)	лабораторные работы	В т.ч. интерактивные формы обучения (не менее 20%)	
1.	Понятие турагентской деятельности. Функции и задачи турагентств.	4	2	2		2	4
2.	Виды турагентств. Особенности работы турагентств. Общероссийский генеральный реестр туристских агентств	4	2	2		1	6
3.	Юридические формальности при создании турагентства. Франчайзинг.	8	2	6		2	6
4.	Взаимоотношения турагента с туроператором.	6	2	4		2	2
5.	Бизнес-план турагентства	10	2	8		5	8
6.	Имидж и фирменный стиль туристского агентства	8	2	6			2
7.	Принципы руководства туристской	4		4			1

№п /п	Наименование темы дисциплины	Аудиторные часы					Самостоятельная работа (час)
		ВСЕГО	Лекции	практические (семинары)	лабораторные работы	В т.ч. интерактивные формы обучения (не менее 20%)	
	фирмой. Стили руководства и организационная структура.						
8.	Туристский спрос, его особенности и прогнозирование. Подготовка маркетингового плана турагента.	12	2	10			5
9.	Рекламная политика турагента.	4	1	3			1
10.	Организация работы турагента по продаже туров. Обслуживание клиента при продаже туров.	10	2	8		2	4
11.	Причины возникновения жалоб туристов. Работа с жалобами, претензиями.	6	2	4		2	2
	ИТОГО	76 ч. / 2,1 зач.ед	19	57		16 час /21,05 %	41

## 5.2. Содержание тем дисциплины

### Тема №1. Понятие турагентской деятельности.

История, сущность турагентской деятельности. Значение и основные задачи турагентов, их функции. Основные положения ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств», другие ГОСТы турагентской деятельности.

### Тема № 2. Виды турагентств, их функции. Особенности работы турагентств. Общероссийский генеральный реестр туристских агентств.

Функции и задачи турагентств: рекламная, продажа,- информационная, комплектующая. Классификация турагентов (независимые, частично зависимые, уполномоченные, ритейлинговые агентства, свободные и не свободные и т.д.). Общероссийский генеральный реестр туристских агентств: структура, задачи и особенности.

### Тема № 3. Юридические формальности при создании турагентства. Франчайзинг.

Выбор формы собственности туристского предприятия, плюсы и минусы ООО и ИП. Особенности регистрации турагента в качестве ООО и ИП. Франчайзинг в туризме, плюсы и минусы, условия и особенности франчайзинговых предложений туроператоров и агентских сетей.

### Тема № 4. Взаимоотношения турагента с туроператором.

Заключение сделки между туроператором и турагентом. Виды договоров и их оформление. Взаимоотношения туроператоров с турагентами в сфере международного туризма

### Тема № 5. Бизнес-план турагентства

Понятие «бизнес-план», роль бизнес-плана в деятельности турагентства. Основные разделы бизнес-плана, их содержание. Стратегические задачи турагентства.

### Тема № 6. Имидж и фирменный стиль туристского агентства

Содержание понятия имидж. Особенности имиджа в туристской сфере. Составляющие элементы имиджа турагента. Особенности создания фирменного стиля предприятия. Оформление офиса туристского предприятия.

### Тема № 7. Принципы руководства туристской фирмой. Стили руководства и организационная структура.

Виды и особенности различных стилей руководства туристским предприятием. Виды и значение организационной структуры. Должностные инструкции и требования к персоналу турагента.

### Тема № 8. Туристский спрос, его особенности и прогнозирование. Подготовка маркетингового плана турагента.

Факторы, определяющие спрос на туристические услуги. Факторы, определяющие специфический спрос. Неэластичность предложения. Ценовая зависимость. Финансы. **План маркетинга:** план производства, план выпуска товара, и планами рыночной деятельности

#### **Тема № 9. Рекламная политика турагента.**

Реклама как инструмент продвижения турагентских услуг. Содержание, структура рекламы. Основные виды рекламы, используемые турагентством. Конкурентная политика турагентства. Мотивы потенциальных клиентов при выборе турагентства. Типы покупателей и мотивы клиентов при покупке тура. Реклама в туризме. Рекламная политика турагентства.. Виды рекламы. Нестандартные приемы привлечения туристов в офис турагентства.

#### **Тема № 10. Организация работы турагента по продаже туров. Обслуживание клиента при продаже туров.**

Организация работы турагентств по продаже туров. Обслуживание клиента при продаже туров. Этапы общения с клиентом. Методы формирования мотивации к покупке тура. Процедура оформления продажи тура. Документация туристского агентства, документы оформления тура. Компьютерные технологии в туризме, автоматизация работы. Системы поиска туров. Сравните их возможности и условия использования. Технологии бронирования туров у туроператоров. Роль маркетинга в деятельности турагентств. Бронирование турагентством мест в гостиницах. Бронирование билетов в турагентстве.

#### **Тема № 11. Причины возникновения жалоб туристов. Работа с жалобами, претензиями.**

Причины возникновения жалоб туристов. Ошибки менеджера по туризму при работе с клиентами. Работа с претензиями туристов. Способы выходы из конфликтных ситуаций. Постпродажная работа с клиентами. Порядок работы с претензиями туристов. Формирование лояльности клиентов.

### **5.3. Лабораторный практикум - не предусмотрен.**

#### **6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

##### **6.1. Основная литература по дисциплине:**

1. Чудновский, Алексей Данилович. Управление индустрией туризма : учебное пособие для вузов / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - 4-е изд., испр. и доп.-М.: КНОРУС, 2009. – 436 с.

2. Быстров, Сергей Александрович. Организация туристской деятельности (управление турфирмой) : учебное пособие для вузов / С. А. Быстров. - Москва: Форум [и др.], 2014. - 398 с.

##### **НПА – в системе консультант**

3. Федеральный закон от 24.11.1996 г. №132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"

4. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта. Утверждены постановлением Правительства РФ от 18.07.2007 г. № 452.

5. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Утверждены постановлением Правительства РФ от 25.04.1997 г. № 490 (ред. от 06.10.2011).

##### **6.2. Дополнительная литература:**

1. Абрамец М. Изучение деятельности туристических фирм в России [Электронный ресурс] / М.Абрамец. - М.: Лаборатория книги, 2010. - 90 с. (Университетская библиотека)

2. Бгатов А.П. Туристские формальности: учебник для студ.учреждений высш. проф. образования / А.П. Бгатов. – 2-е изд., испр.и доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2013

3. Борисенко И.В. Григорьева Г.Б., Гусев Н.И., Ершова С.И., Шевцова Т.В. Туристские формальности: учебное пособие / И.В. Борисенко, Григорьева Г.Б., Гусев Н.И., Ершова С.И., Шевцова Т.В. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013

4. Бочарников, Владимир Николаевич. Информационные технологии в туризме [Текст]:учебное пособие для вузов/В. Н. Бочарников, Е. Г. Лаврушина, Я. Ю. Блиновская ; РАО, Московский психолого-социальный институт.-М.:Флинта [и др.],2008.-356, [1] с.:ил.-(Социально-культурный сервис и туризм)

5. Буров В.П., Ломакин А.Л., Морошкин В.А. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учеб. Пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009

6. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: учебное пособие / С.А. Быстров – М.: ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013

7. Ватугин С., Дашкиев М.. Прибыльная турфирма. Советы владельцам и управляющим. – СПб.: Питер, 2013

8. Внучкова, Татьяна Николаевна. Коммуникативные технологии в сервисе и туризме =Communication technologies in the service and tourism:учебное пособие/Т. Н. Внучкова.- Барнаул:АЗБУКА,2011.-173, [1] с.:табл., ил.
9. Волошин Н.И. Правовые основы туристской деятельности: Учебник.3-е изд., испр. и доп. – М.: Советский спорт, 2007.
10. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: учеб. пособие для обучающихся 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., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 463 с.
11. Дурович, Александр Петрович. Реклама в туризме [Текст]:учебное пособие/А. П. Дурович.-5-е изд., перераб. и доп.-Москва:Инфра-М,2014.-156, [1] с.
12. Ильина Е. Н. Туризм - путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес: Учебник для туристских колледжей и вузов. - М., 1998.
13. Ильина Е.Н. Туристские агентства: Туристский рынок и предпринимательство: учеб. пособие. – М.: Советский спорт, 2004.
14. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм =Marketing for Hospitality and Tourism:учебник для вузов/Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз ; [пер. с англ. В. Н. Егорова].- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:ЮНИТИ, 2007.-1045 с.:ил. -(Зарубежный учебник) .
15. Крутик, Александр Борисович. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]:учебное пособие для вузов/А. Б. Крутик, М. В. Решетова.- М.:Академия,2007.-216, [1] с.:ил.-(Высшее профессиональное образование) .
16. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы: Учебник. М.:Финансы и статистика, 2001.
17. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001.
18. Морган Н., Причард А. «Реклама в туризме и отдыхе: Учеб. пособие для обучающихся вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
19. Морозова, Наталья Степановна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]:учебное пособие для вузов/Н. С. Морозова, М. А. Морозов.-4-е изд., стереотип.- М.:Академия,2008.-287, [1] с.:ил.-(Высшее профессиональное образование) .
20. Мохова Ю.А., Мохов Г.А. Турфирма: с чего начать, как преуспеть. – СПб.: Питер, 2012
21. Организация туристического бизнеса : технология создания турпродукта [Текст]:учебно-практическое пособие/О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова, Л. А. Мишина, Ю. В. Мишунина.- М.:Дашков и К',2009.-274, [1] с.:табл. -ISBN 9785911318680:131.00
22. Особенности работы менеджера в туристической фирме [Электронный ресурс] / А.Ю. Дворецкий. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 111 с. (Университетская библиотека)
23. Сухов Р.И. Технологии и организация продаж в туристском агентстве: учеб.пособие Р.И. Сухов. – Ростов н/Д: Издательский центр «Март»; Феникс, 2010
24. Тимофеев М. С. Современное направление развития турагентской деятельности в РФ: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / М.С. Тимофеев. - М.: Лаборатория книги, 2010. - 117 с. (Университетская библиотека)
25. Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент специальных событий в сфере культуры [Текст]:учебное пособие для вузов/Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; Санкт-Петербургский филиал Государственного университета [и др.]-СПб. [и др.]:Лань [и др.],2010.-381 с.:табл.-(Учебники для вузов. Специальная литература) .
26. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие/ Авт.-сост.И. В. Зорин, В. А. Квартальнов.- М.: Советский спорт, 1999.

### 6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Режим доступа: <http://window.edu.ru>
2. Научная Электронная Библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/about#ixzz2ywJrtP91>
3. Научная электронная сторонняя (Российского фонда) библиотека фундаментальных исследований. Режим доступа: <http://elibrary.ru>
4. Русская виртуальная библиотека. Режим доступа: [www.rvb.ru](http://www.rvb.ru)
5. Федеральный портал «Российское образование». Режим доступа: [www.edu.ru](http://www.edu.ru)

6. Информационный ресурс ТУРТРЭВЕЛ: турбизнес для профессионалов. <http://www.travelinform.ru/main/newtech/>;
7. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации.- [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru/);
8. Официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики.- [www.minstm.gov.ru](http://www.minstm.gov.ru)
9. Сайт Российского Союза туриндустрии.- [rostourunion.ru](http://rostourunion.ru)
10. Сайт ассоциации туроператоров России.- [atorus.ru](http://atorus.ru)
11. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры <http://www.russiatourism.ru> -
12. Официальный сайт компании "Консультант Плюс: специальная подборка правовых документов и учебных материалов для обучающихся юридических, финансовых и экономических специальностей - <http://www.consultant.ru/>
13. Официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма <http://www.rostourunion.ru/>
14. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма».
15. Журнал «Турбизнес».
16. Журнал «Горячая линия».
17. Журнал «Путешествия по России».
18. Журнал «Живописная Россия».
19. Туринфо – Туристская информационная газета.
20. TTG - Туристская деловая газета.

#### 6.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) учебной дисциплины	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
1.	Понятие турагентской деятельности. Функции и задачи турагентств.	- тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
2.	Виды турагентств. Особенности работы турагентств. Общероссийский генеральный реестр туристских агентств	- видео фрагменты лекций и конференций - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
3.	Юридические формальности при создании турагентства. Франчайзинг.	- библиотека материалов по соответствующей тематике - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
4.	Взаимоотношения турагента с туроператором.	- библиотека материалов по соответствующей тематике - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
5.	Бизнес-план турагентства	- библиотека материалов по соответствующей тематике - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
6.	Имидж и фирменный стиль туристского агентства	- библиотека материалов по соответствующей тематике - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
7.	Принципы руководства туристской фирмой. Стили руководства и организационная структура.	- библиотека материалов по соответствующей тематике - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
8.	Туристский спрос, его особенности и прогнозирование. Подготовка маркетингового плана турагента.	- библиотека материалов по соответствующей тематике - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
9.	Рекламная политика турагента.	- библиотека материалов по соответствующей тематике - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор

10.	Организация работы турагента по продаже туров. Обслуживание клиента при продаже туров.	- видео фрагменты лекций и конференций - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор
11.	Причины возникновения жалоб туристов. Работа с жалобами, претензиями.	- библиотека материалов по соответствующей тематике - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Видеопроектор

## 7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

### 7.1. Методические рекомендации преподавателю

Изучение курса предполагает, что преподаватель читает лекции, проводит семинарские занятия, организует самостоятельную работу студентов, проводит консультации, руководит докладами студентов на научно-практических конференциях, осуществляет текущий, промежуточный и итоговый формы контроля.

В лекциях излагаются основы изучаемой дисциплины: понятие турагентской деятельности; функции и задачи турагентств; виды турагентств; особенности работы турагентств; общероссийский генеральный реестр туристских агентств; юридические формальности при создании турагентства; франчайзинг; взаимоотношения турагента с туроператором; бизнес-план турагентства; имидж и фирменный стиль туристского агентства; принципы руководства туристской фирмой; стили руководства и организационная структура; туристский спрос, его особенности и прогнозирование; подготовка маркетингового плана турагента; рекламная политика турагента; организация работы турагента по продаже туров; обслуживание клиента при продаже туров; причины возникновения жалоб туристов; работа с жалобами, претензиями.

По вопросам, обозначенным и раскрытым в лекциях, проводятся семинарские занятия. Студентам необходимо проработать лекционный материал, прочитать учебную литературу, а в случае необходимости и материалы периодических изданий, а также воспользоваться Интернет-материалами. Соответственно студентам следует выучить основные определения и категории.

В процессе проведения семинарских занятий преподаватель задает основные и дополнительные вопросы, организует их обсуждение. На занятиях решаются кейс-стади, разбираются тестовые задания и задания, выданные для самостоятельной работы, заслушиваются реферативные выступления. Желательно, чтобы преподаватель в той или иной форме опросил каждого обучающегося.

Преподаватель оказывает помощь студентам при выборе тем докладов на научно-практические конференции, их подготовке и написанию статей и тезисов в сборники, публикуемые по результатам данных конференций.

В процессе обучения в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги).

Важным направлением организации изучения дисциплины «Технология и организация турагентских услуг» является осуществление контроля за уровнем усвоения изучаемого материала, с целью чего используются инструменты текущего, промежуточного и итогового форм контроля.

### 7.2. Методические рекомендации для обучающихся

Для успешного усвоения дисциплины и проведения самостоятельной работы обучающимся рекомендуется:

Изучение дисциплины «Технология и организация турагентских услуг» на лекциях, семинарах и в рамках самостоятельной работы направлено на формирование у обучающихся знаний об основных понятиях в области технологии продаж, роли потребностей целевой аудитории, бренда и брендинга, особенности современных инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций в туризме, инноваций в туристской рекламе и особенностей управления дестинацией как особого инструмента маркетинговых коммуникаций, PR-технологий и инструментария в развитии туризма, понятий и характеристик корпоративной культуры.

В рамках изучения дисциплины обучающиеся обязаны посещать лекции, на которых в сжатом и системном виде излагаются основы дисциплины, перед посещением лекций необходимо просмотреть конспект материала предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала надо обратиться для консультации к преподавателю и предложенным в программе источникам литературы. Обучающиеся в случае необходимости так же используют материалы периодических изданий: журналов «ТУТ Туристские технологии», «Турбизнес: проблемы и перспективы» и др., а также воспользоваться Интернет-материалами. В процессе проведения практических занятий

преподавателем предлагается работа в форме дискуссий, групповых обсуждений, презентаций, выступлений с сообщениями.

Обучающимся следует посещать семинарские занятия, готовиться к ним и активно работать. Задание к семинару выдает преподаватель. Перед очередным семинарским занятием необходимо самостоятельно по конспекту (или литературе) проработать теоретический материал, соответствующий теме занятия и в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении.

Обязательно выполнение обучающимися контрольных работ.

Особенностью очной формы обучения предполагает и самостоятельное изучение данной дисциплины, которое направлено на углубление и закрепление полученных в рамках аудиторных занятий знаний.

Для успешного самостоятельного изучения дисциплины студенту необходимо ознакомиться источниками литературы, предложенными преподавателем. При работе с учебной литературой рекомендуется придерживаться определенной последовательности: изучая определенный вопрос курса по учебнику необходимо усвоить основные понятия и закономерности изученного ранее явления и процесса.

При возникновении сложности в понимании вопроса или пропуска занятия необходимо обратиться за дополнительным объяснением к преподавателю в рамках семинарского занятия или на консультации.

Самостоятельная работа выполняется в виде сообщения по отдельным вопросам, написания реферата.

Написание реферата позволяет закрепить, углубить и расширить знания по изучаемой дисциплине, развивает у студента умение работать с периодическими изданиями и электронными ресурсами, умение обобщать статистический и аналитический материала по исследуемой проблематике, формулировать аргументированные выводы, и четко и структурировано их письменно излагать. Так же работа над рефератом и помогает обучающимся сориентироваться в выборе темы будущей выпускной квалификационной работе.

В рамках самостоятельной работы под руководством преподавателя обучающиеся занимаются научно-исследовательской работой, что предполагает выступления с докладами на научно-практических конференциях и публикацию тезисов и статей по их результатам. Данная работа позволяет развивать у обучающихся навыки поиска и анализа необходимой информации, умения делать аргументированные выводы по изучаемому вопросу и представлять данные выводы на обсуждение.

По итогам обучающиеся сдают экзамен по курсу в соответствующей экзаменационной сессии и пишут два контрольных среза в межсессионном периоде.

### 7.3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Вид самостоятельной работы	Вид и форма контроля	Критерии оценки результатов (оцениваются сформированные ЗУН и компетенции)	Сроки выполнения	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)
Написание реферата	Сдача преподавателю печатной работы в объеме 20-25 стр. ; Защита доклада, содержащего основные выводы о проделанной работе с использованием мультимедийной презентации.	1. Уровень освоения учебного материала; 2. Присутствие собственной критической оценки по изучаемому вопросу; 3. Умение грамотно и аргументировано отвечать на вопросы преподавателя и группы.	По темам.	11
Подготовка устного сообщения для выступления на семинарском занятии, А так же	Выступление с докладом в группе	1. Уровень освоения учебного материала; 2. Умение использовать теоретические знания при решении практических задач; 3. Краткость и полнота	По темам: 1. Понятие турагентской деятельности. Функции и задачи турагентств. 2. Виды турагентств. Особенности работы турагентств. Общероссийский генеральный	10

выполнение письменного задания по заданной теме.		изложения результатов выполненного задания.	реестр туристских агентств 3. Юридические формальности при создании турагентства. Франчайзинг. 4. Взаимоотношения турагента с туроператором. 5. Бизнес-план турагентства 6. Имидж и фирменный стиль туристского агентства 7. Принципы руководства туристской фирмой. Стили руководства и организационная структура. 8. Туристский спрос, его особенности и прогнозирование. Подготовка маркетингового плана турагента. 9. Рекламная политика турагента. 10. Организация работы турагента по продаже туров. Обслуживание клиента при продаже туров. 11. Причины возникновения жалоб туристов. Работа с жалобами, претензиями.	
Подготовка к выступлению на конференции (по желанию)	Устное выступление с докладом	1. Уровень освоения учебного материала; 2. Умение делать доклад; 3. Умение делать обоснованные выводы по изучаемой проблематике, 4. Умение аргументировано отвечать на вопросы.	По мере прохождения конференций для обучающихся.	6
Подготовка к промежуточной и итоговой аттестации	Форма в соответствии с паспортом КИМ, АПИМ и учебным планом	1. Уровень освоения учебного материала; 2. Уровень сформированности компетенций, установленных для изучаемой дисциплины.	В соответствии с паспортом КИМ, АПИМ и учебным планом.	14
<b>Трудоемкость самостоятельной работы всего (час)</b>				<b>41</b>

## 8. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Текущий контроль знаний обучающихся предполагает:

- опрос обучающихся на семинарских занятиях;
- тестирование по отдельным темам дисциплины;
- выполнение кейс-стади;
- написание рефератов;
- разбор конкретных ситуаций;
- выполнение письменных заданий;
- проведение контрольных срезов знаний обучающихся.

### 8.1. Темы рефератов

1. Роль, задачи и особенности функционирования турагентств на российском туристском рынке.
2. Анализ современных тенденций туристского рынка и перспективы развития агентского предпринимательства.
3. Анализ деятельности ведущих агентских сетей на современном туристском рынке.
4. Процедура создания турагентства.
5. Создание бизнес-плана турагентства.
6. Анализ бизнес-плана турагентства и рекомендации по его улучшению.
7. Организационная структура турагентства.
8. Подбор сотрудников турагентства. Требования к персоналу.
9. Внутрикорпоративная политика турагентства. Мотивация сотрудников.

10. Организация продажи туров в турагентстве.
11. Стратегические задачи турагентства, методы их решения.
12. Маркетинговая деятельность турагентства.
13. Разработка рекламной кампании турагентства.
14. Разработка рекламно-информационных материалов турагентства.
15. Создание имиджа турагентства.
16. Анализ имиджевой политики турагентства (на примере конкретной компании) и рекомендации по ее улучшению.
17. Виды договоров между турагентом и туроператором, их особенности.
18. Взаимодействие турагента и туроператора, бронирование туров.
19. Взаимодействие турагентства с авиакомпаниями, бронирование авиабилетов.
20. Взаимоотношения турагентства с гостиницами, бронирование гостиничных мест.
21. Анализ использования компьютерных технологий в работе турагентства.
22. Договорные отношения турагентства с туристом. Рекомендации по составлению договоров.
23. Технология обслуживания клиента при продаже турпродукта.
24. Особенности оформления виз для туристов (на примере конкретной страны/группы стран).
25. Особенности продаж популярных маршрутов и направлений отдыха (на примере любого туристского направления/группы направлений).
26. Особенности оформления и бронирования пакетных туров.
27. Особенности оформления и бронирования индивидуальных туров.
28. Анализ жалоб туристов, рекомендации по их предотвращению.
29. Работа с претензиями клиентов в туристском агентстве.
30. Постпродажная работа с клиентами.

## **8.2. Примеры заданий для самостоятельной работы**

### **1. Выполнения контрольных работ по темам.**

*Контрольная работа по теме 3.*

1. Кратко описать суть франчайзинга и его преимущества/недостатки для туристских предприятий (в тетради).

2. Выбрать действующего туроператора/агентскую сеть, предоставляющего франшизу и дать ей характеристику по следующим критериям (в виде презентации):

- наименование компании, ее профиль и вид деятельности, количество лет на рынке;
- количество офисов;
- паушальный взнос;
- роялти (и условия оплаты);
- план продаж;
- агентская комиссия;
- ограничение по продаже других продуктов;
- требования к оформлению офиса;
- требования к персоналу.

### **2. Подготовиться и принять участие в дискуссии по проблемам:**

1. Изменения в Российском законодательстве и их влияние на структуру работы туристских агентств.
2. Особенности и условия франчайзинга туроператоров и сети агентств.
3. Лицензирование или вступление в реестр турагентов.
4. Особенности и необходимость построения рекламной политики(бизнес плана) для турагента и.т.д.

### **3. Формирование и решение кейс-стади.**

**4. В процессе обучения широко используются тестовые задания.** Они могут применяться и на семинарских занятиях и при организации самостоятельной работы обучающихся в качестве инструмента самоконтроля.

## **8.3. Примерные тесты**

1. Стандарт, устанавливающий общие требования к услугам, которые оказывает турагентство:

а) ГОСТ Р 54600-2011. «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования»

б) ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения»

с) ГОСТ Р 28681. О-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения»

2. К прочим видам услуг турагентств относятся:

- a) Бронирование ТП                      b) Реализация ТП                      c) Фото туриста на курорте

3. Ассистанские услуги – это?

- a) услуги по организации медицинской, технической или другой помощи  
b) услуги по передаче документов туристу курьером  
c) предоставление информации о реализуемом турпродукте

4. Как по-другому называют договор коммерческой концессии?

- a) Консалтинг                      b) Франчайзинг                      c) Концессинг

5. Консалтинговые услуги турагента – это?

- a) Услуги по бронированию отеля    b) Консультационные услуги    c) Услуги по перевозке пассажиров

6. Реализация туристского продукта турагентом – это?

a) Деятельность турагента по заключению договоров о реализации турпродукта туристами или иными заказчиками турпродукта, предоставлению им необходимой и достоверной информации о турпродукте

b) Деятельность туроператора по заключению договоров о реализации турпродукта туристами или иными заказчиками турпродукта, предоставлению им необходимой и достоверной информации о турпродукте

c) Деятельность турагента по заключению договора с туроператором

7. Разрешается ли турагенту при принятии заявок допускать бронирование сверх объемов, предусмотренных в договоре в соответствии с принципами работы?

- a) Разрешается                      b) Разрешается по согласованию с ТО                      c) Не разрешается

8. Закончите определение «турагент (турагентство)» - 2 балла

«Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность по \_\_\_\_\_»

---

9. К продвижению туристского продукта турагентом относят:

- a) участие в специализированных выставках, ярмарках                      b) реклама и PR  
c) издание каталогов, буклетов                      d) все вышеперечисленные

10. На основании какого договора турагент может реализовывать туры от своего имени?

- a) агентский договор                      b) Договор коммерческой концессии

11. Заказ (заявка) на бронирование может быть принят турагентом в 3х видах. Каких?? – 2 бала

---

12. Для оперативного бронирования и подтверждения заказа (заявки) турагент может использовать системы бронирования нескольких туроператоров???

- a) Да                      b) Нет

13. После заключения договора о реализации турпродукта туристу выдается:

- a) Копия договора о реализации турпродукта                      b) Памятка туристу

14. Страхование от невыезда, финансовых рисков, страхование багажа, страхование ответственности перед третьими лицами, страхование автогражданской ответственности и т.п. Все это:

- a) Обязательные виды страхования для выезжающих за границу  
b) Оформляются только по требованию туриста

15. На скольких языках оформляется страховой полис?

- a) 3    b) 1    c) 2

16. Кто обеспечивает проведение инструктажа туристов, в том числе по соблюдению мер безопасности в соответствии?

- a) Руководитель турагентства                      b) Турагент  
c) Представитель туроператора разработавшего турпродукт

17. Кто несет ответственность за качество и безопасность турпродукта в соответствии с законодательством и агентским договором, заключенным между турагентом и туроператором?

- a) Турагент                      b) Туроператор

18. В договорах, заключаемых с транспортными предприятиями (компаниями), должна быть предусмотрена:

- a) ответственность перевозчика за предоставление проездных документов  
b) вознаграждение перевозчика за предоставление проездных документов

19. Какой организацией был разработан ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования»

- a) Всемирной туристской организацией                      b) Министерством культуры РФ

- с) Всероссийским научно-исследовательским институтом сертификации
20. Предоставление информации о реализуемом туристском продукте и туроператоре, сформировавшем данный турпродукт – это...
- а) функция турагента                      б) этап бронирования и реализации турагентом туристского продукта
21. Назовите функции турагента – 2 балла
- 

22. Агентства занимающиеся формированием нового турпродукта из отдельных туристских услуг, приобретенных в розницу или оптом у различных туроператоров – это...
- а) агентства-имитаторы      б) агенты-новаторы                      с) агентства-разработчики
23. Агентства бронируют туры у операторов только при наличии клиента, внесшего определенную плату
- а) Агентства, работающие по безрисковым схемам      б) Агентства, работающие по рискованным схемам
24. Кто занимается заблаговременной закупкой блоков мест у операторов и последующей их перепродажей в высокий сезон по повышенным ценам?
- а) ритейлинговые агентства      б) турброкеры                      с) агенты-реализаторы
25. Каким кодексом РФ регламентируются условия заключения агентского соглашения?
- а) Гражданским      б) Административным                      с) Трудовым
26. Обычно установленная комиссия турагента за реализацию более 30 путевок?
- а) 10%                      б) 12%                      с) 8%
27. Стратегия предполагает тщательный выбор туроператором потенциальных турагентов, которые проходят своеобразный конкурс. Такую стратегию применяют туроператоры, занимающиеся реализацией индивидуальных или заказных туров. Какая это стратегия?
- а) Интенсивная                      б) Эксклюзивная                      с) Селективная
28. Основная задача деятельности всех туристских предприятий, туроператорских фирм и сети турагентств – это ...
- 

29. Сколько на территории г. Томска туроператоров?
- а) 6                      б) 8                      с) 12
30. У какого из томских ТО финансовое обеспечение 30 млн. руб.??
- а) ООО «Парк-Тур»                      б) ООО «Центр туризма «СПЕИС»                      с) ООО «Хобби-Тур»
31. Классификация агентов может осуществляться по различным признакам. «Розничные турагентства» относятся к признаку:
- а) по степени зависимости      б) по профилю                      с) по объемам выполненных работ
32. Качество туристских услуг, оказываемых турагентом, оценивается?
- а) туроператором                      б) заказчиком
- с) в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52113, ГОСТ Р 53522.      д) иной ответ
33. Какие основные задачи турагентства?
- а) полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристическим центрам
- б) продвижение этой информации с помощью рекламы
- с) организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, с использованием специфики и особенностей туристского бизнеса
- д) все выше указанное
34. Какие разнообразные формы могут иметь турагентства?
- а) чисто туристические агентства по продаже туров, сформированных туроператорами, на условиях комиссионного вознаграждения
- б) транспортно-туристические агентства по организации трансферов
- с) многопрофильными, т.е. осуществляющими комплексное обслуживание любых клиентов, включая отпускников, командированных
- д) а, б
35. С точки зрения специфики деятельности, турагентства могут быть?
- а) многопрофильной, специализированной                      б) многопрофильной, однообразной
- с) специализированной, многопрофильной, однообразной      д) специализированной, однообразной
36. Какая функция предоставляет туристам гарантии по заранее оплаченным туристским услугам в обусловленном количестве и на обусловленном уровне?
- а) сервисная      б) гарантийная                      с) туроператорская                      д) иной ответ
37. В зависимости от выполняемых туристскими агентствами функций можно выделить?

- a) агентства-новаторы, агентства-реализаторы
  - b) агентства-реализаторы, агентства-имитаторы, агентства-новаторы
  - c) агентства-разработчики, агентства-реализаторы, агентства-имитаторы
  - d) агентства-разработчики, агентства-имитаторы, агентства-новаторы
38. Основные условия агентского соглашения являются?
- a) объем продаж, сроки и порядок расчетов, размер комиссионного вознаграждения
  - b) форма и порядок оформления заявок клиентов и оплаты туров, долевое участие туроператора и агента в рекламе туров
  - c) порядок аннуляции, изменения маршрута при отказе клиента, основные санкции, ответственность друг перед другом и клиентами
  - d) все выше указанное
39. Какая из стратегий делает выбор одного агента для реализации продукта-новинки, тура «с изюминкой», которые будут весьма перспективны в будущем?
- a) Селективная стратегия
  - b) Эксклюзивная стратегия
  - c) Интенсивная стратегия
  - d) Иной ответ
40. Какие полномочия туроператор делегирует региональным представителям?
- a) консультирование туроператора по широкому кругу вопросов, касающихся ситуации на рынке региона; контактирование с агентами
  - b) проведение рекламных кампаний и PR-акций; информирование турагентов о продукции оператора
  - c) содействие в распространении турпродуктов оператора; привлечение новых агентов и повышение профессионального уровня существующих; проведение работы среди руководителей турагентств
  - d) все выше указанное

#### **8.4. Перечень примерных вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)**

1. Определение турагентской деятельности согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
2. Структура туристского рынка, место турагентства в нем.
3. Функции и задачи турагентства.
4. Основные виды деятельности турагентств. Дополнительные услуги, оказываемые турагентством.
5. Определение понятия «франчайзинг». Услуги, включенные в франшизу.
6. Виды сетевого бизнеса. Причины присоединения турагентств к сетям.
7. Агентские сети. Наиболее известные сети турагентств.
8. Услуги, входящие в турпродукт.
9. Особенности оформления виз в составе турпакета.
10. Виды страхования туристов.
11. Виды и особенности перевозки, входящей в состав тура.
12. Условия предоставления гостиничных услуг.
13. Виды средств размещения.
14. Классификация гостиниц, типы номеров.
15. Типы питания в гостиницах.
16. Бронирование турагентством мест в гостиницах.
17. Бронирование билетов в турагентстве.
18. Критерии выбора турагентством туроператоров для сотрудничества.
19. Виды сделок, возможные между туроператором и турагентом. Их особенности.
20. Работа турагента с каталогами и другими информационными ресурсами.
21. Ответственность туроператора и турагента перед туристом.
22. Этапы создания туристского агентства.
23. Формы собственности в турагентской деятельности.
24. Особенности работы индивидуального предпринимателя и ООО.
25. Понятие «бизнес-план», роль бизнес-плана в деятельности турагентства.
26. Основные разделы бизнес-плана, их содержание.
27. Стратегические задачи турагентства.
28. Выбор места размещения офиса турагентства.
29. Оснащение офиса турагентства.
30. Понятие «фирменный стиль», его составляющие.
31. Понятие «имидж», его роль в деятельности турагентства.
32. Понятие товарного знака, его регистрация.
33. Организационная структура туристского агентства.
34. Качества, которыми должен обладать сотрудник турагентства.

35. Способы мотивации труда в турагентстве.
36. Обучение сотрудников.
37. Компьютерные технологии в туризме, автоматизация работы.
38. Системы поиска туров. Сравните их возможности и условия использования.
39. Технологии бронирования туров у туроператоров.
40. Роль маркетинга в деятельности турагентств.
41. Особенности спроса на туристском рынке и способы его регулирования.
42. Основные виды рекламы, используемые турагентством.
43. Конкурентная политика турагентства.
44. Мотивы потенциальных клиентов при выборе турагентства.
45. Типы покупателей и мотивы клиентов при покупке тура.
46. Этапы общения с клиентом. Методы формирования мотивации к покупке тура.
47. Процедура оформления продажи тура. Документация туристского агентства.
48. Постпродажная работа с клиентами.
49. Причины возникновения жалоб.
50. Порядок работы с претензиями туристов.
51. Формирование лояльности клиентов.

## 8.5 Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

**Таблица 1** Балльные оценки для элементов контроля за семестр

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
Посещение лекционных занятий	4	4	4	<b>12</b>
Выполнение практических заданий	8	8	8	<b>24</b>
Эссе	9	9	10	<b>28</b>
Выполнение контрольных, тестовых заданий на лекциях и практических занятиях	8	8	8	<b>24</b>
Компонент своевременности	4	4	4	<b>12</b>
<b>Итого максимум за период:</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>100</b>
<b>Нарастающим итогом</b>	<b>33</b>	<b>66</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Таблица 2** Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

**Таблица 3** Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	<b>90 - 100</b>	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	<b>85 – 89</b>	B (очень хорошо)
	<b>75 – 84</b>	C (хорошо)
	<b>70 - 74</b>	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	<b>65 – 69</b>	E (посредственно)
	<b>60 - 64</b>	F (неудовлетворительно)
2 (неудовлетворительно), (не зачтено)	<b>Ниже 60 баллов</b>	F (неудовлетворительно)

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с учебным планом, федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400.62 «Туризм», профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Рабочая программа учебной дисциплины составлена:  
старшим преподавателем кафедры экономической теории  /Чернякиной А.А.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 9 от 29.08.2014 года.

Зав. кафедрой Экономической теории  /Сизов В.В.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена методической комиссией факультета протокол № 2 от «02» 09 2014 года.

Председатель методической комиссии  /Аникина В.Г./