

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»  
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» июня 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.03.01** Технологии туроперейтинга

Учебный план: ФГОС3+\_2021-2022\_43.03.02\_ИБК\_ЗАО\_Тех и орг туропер и турагент услуг №1-3 -  
14.plx

Кафедра: **51** Туристского бизнеса

Направление подготовки:  
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	16	88	4	3	Зачет
	РПД	16	88	4	3	
Итого	УП	4	120	4	4	
	РПД	4	16	120	4	

Санкт-Петербург  
2021

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 516

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Бабанчикова Ольга  
Анатольевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой туристского бизнеса

\_\_\_\_\_

Бабанчикова Ольга  
Анатольевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Бабанчикова Ольга  
Анатольевна

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** сформировать компетенции обучающегося в области теоретических основ разработки и реализации туристского продукта, правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности.

### 1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть основные характеристики и особенности туроператорской деятельности;
- Раскрыть принципы формирования и продвижения турпродукта;
- Рассмотреть принципы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг и потребителями туристского продукта;
- Ознакомить обучающихся с законодательной и нормативной базой, методическими разработками и основной литературой по курсу.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Менеджмент в туризме

Информационно-коммуникативные технологии в туризме

Организация туристской деятельности

Туристское страноведение

Основы безопасности в туризме

Право и стандарты в индустрии туризма и гостиничного бизнеса

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### ПК-4: Способен формировать, продвигать и реализовывать туристский продукт

**Знать:** – основные понятия и функции туроперейтинга;  
- алгоритм составления договорного плана тура и основное содержание договоров с поставщиками туристских услуг;

**Уметь:** – консультировать туристов о правилах оформления заказов и бронирования, о категориях гостиниц, уровне обслуживания в них, о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и правилах пребывания в ней.

**Владеть:** - навыками составления программы обслуживания и другой технологической документации тура, составления договорного плана по организации тура;

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Сущность туроператорской деятельности	4				
Тема 1. Сущность и роль туроператорской деятельности на рынке туристских услуг Понятие рынка туристских услуг и место на нем туроператорской деятельности. Сущность туроператорской деятельности. Основная задача туроператорской деятельности. Функции туроператорской деятельности на рынке туруслуг: ценообразование, продвижение, информативная, новаторская, бюджетообразующая, интегрирующая. Современные тенденции развития туроператорской деятельности. Основные категории туроперейтинга: рецептивный и инициативный туроперейтинг. Критерии классификации туроператоров: по виду деятельности, по месту деятельности. Профиль работы туроператора. Факторы, влияющие на профиль работы туроператора. Особенности деятельности туроператоров. Современные тенденции развития туроператорской деятельности.		1		8	ИЛ
Тема 2. Основные виды и особенности турпродукта Определение турпакета. Отличие от туруслуг. Виды турпакетов: инклюзив, заказной. Особенности формирования и реализации (при групповых и индивидуальных турах). Преимущества и недостатки. Элементы стандартного турпакета: перевозка, размещение, трансфер, дополнительные услуги. Примерные требования состава услуг, входящих в турпакет в зависимости от вида тура. Характеристика свойств и привлекательности турпродукта. Классификация турпродуктов. Туроператор как производитель туристского продукта.		1		8	ГД
Раздел 2. Основы проектирования и формирования туристского продукта					

<p>Тема 3. Маркетинговые исследования в туроператорской деятельности Исследование факторов, влияющих на выбор вида турпродукта. Перспективный анализ туроператорской деятельности. Влияние на деятельность туроператора факторов внешней и внутренней среды. Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды. Маркетинговые исследования туристского рынка. Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристском рынке. Позиционирование туров и туроператоров. Маркетинговые исследования в туроператорской деятельности.</p>		1		8	
<p>Тема 4. Проектирование туристского продукта Проектирование и планирование туров. Поставщики туристских услуг. Взаимодействие с поставщиками туристских услуг: возможные схемы. Договорная компания. Схема взаимодействия инициативного и рецептивного туроператоров. Методическое обеспечение туров. Разработка туроперейтинговой программы.</p>		1		8	ИЛ
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>		4		32	
<p>Консультации и промежуточная аттестация - нет</p>		0			
<p>Раздел 3. Взаимодействие туроператора с поставщиками услуг и принципы ценообразования в туризме</p>					
<p>Тема 5. Особенности взаимодействия туроператоров и поставщиков туристских услуг Схемы взаимодействия с поставщиками услуг рецептивного туроператора: гостиницей, предприятием питания, транспортными компаниями, музеем, экскурсионной фирмой. Особенности заключения договоров: виды, основные положения. Прием иностранных граждан в РФ. Технология приглашения иностранных туристов. Документальное оформление турпоездки. Обеспечение визовой поддержки иностранных туристов со стороны российского туроператора. Схема взаимодействия с поставщиками услуг инициативного туроператора: транспортной компанией, страховой компанией. Особенности заключения договоров. Обеспечение визовой поддержки российских туристов. Работа с консульствами. Практическое занятие. Взаимодействие туроператоров и поставщиков туристских услуг.</p>	5		4	22	

Тема 6. Ценообразование и издержки в туроператорской деятельности Формирование цены на турпакет: методы и факторы. Издержки туроператора (постоянные и переменные). Формирование прибыли туроператора. Механизм расчета стоимости турпакетов: индивидуальных, групповых. Расчет рентабельности тура. Практическое занятие. Ценообразование и издержки в туроператорской деятельности. Деловая игра «Конкуренция»		4	22	ИЛ
Раздел 4. Продвижение и реализация туристского продукта				
Тема 7. Туристский продукт как объект продвижения Особенности продвижения туристского продукта. Традиционные и инновационные методы продвижения туристского продукта. Роль маркетинговых коммуникаций в продвижении турпродукта. Стимулирование сбыта в туризме. Особенности личной продажи в туризме. Реклама и связи с общественностью в туризме. Особенности участия туристских предприятий в выставках. Практическое занятие. Особенности продвижения туристского продукта		4	22	АС
Тема 8. Реализация турпродукта. Взаимодействие туроператора и турагента. Формирование сбытовой сети. Внутренние и внешние каналы сбыта. Формы организации сбыта: собственные бюро продаж, контрагентская сеть. Формирование контрагентской сети, подбор агентов по сбыту. Особенности работы с турагентствами. Виды турагентств. Функции турагентств. Агентское соглашение. Технология бронирования туров турагентством. FAM- и инфотуры. Основная цель. Состав услуг. Особенности организации. Формы реализации турпродукта. Нетрадиционные формы реализации: инсентив-туризм, интернет-продажи. Стимулирование продаж турпродукта. Практическое занятие. Реализация туристского продукта. Деловая игра «В турфирме»		4	22	АС
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	88	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		20,25	120	

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

## 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-4	- анализирует конъюнктуру и тенденции развития рынка туристских продуктов; - развернуто излагает содержание основных форм и способов взаимодействия туроператоров с клиентами (потребителями), турагентами, предприятиями-поставщиками и другими организациями в условиях туристского рынка;	Вопросы для устного собеседования Тестирование
	- выбирает оптимальные процедуры и методы исследования туристского рынка, туристского продукта, конкурентов, потребителей, маркетинговой коммуникации в туризме для формирования, продвижении и реализации новых турпродуктов;	Практико-ориентированное задание
	- предлагает последовательность действий при организации работы туроператора и турагента, с туристскими предприятиями, реализующими туристскую услугу, с клиентами; - предлагает перечень и анализирует содержание документов, оформляемых в процессе формирования и реализации тура (договорной план, бланковая документация по туру и др.);	Практико-ориентированное задание

### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся успешно прошел текущий контроль, выполнил все практические задания, возможно допустил несущественные ошибки при устном ответе.	
Не зачтено	Обучающийся не прошел какой-либо из элементов текущего контроля, не выполнил больше 50% практических заданий, допустил серьезные ошибки при устном ответе.	

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Не предусмотрены
Курс 5	
2	Понятие рынка туристских услуг и место на нем туроператорской деятельности
3	Правовые основы туроператорской деятельности в РФ
4	Сущность туроператорской деятельности. Основная задача туроператорской деятельности
5	Функции туроператорской деятельности на рынке туруслуг: ценообразование, продвижение, информативная, новаторская, бюджетообразующая, интегрирующая
6	Современные тенденции развития туроператорской деятельности
7	Основные категории туроперейтинга: рецептивный и инициативный туроперейтинг
8	Критерии классификации туроператоров: по виду деятельности, по месту деятельности
9	Факторы, влияющие на профиль работы туроператора
10	Определение и специфика турпродукта
11	Российский туристский бизнес на современном этапе. Глобализация туристского рынка
12	Федеральный закон «Об основах туристской деятельности»
13	Международный туристский кодекс
14	Виды турпакетов: инклюзив, заказной
15	Элементы стандартного турпакета: перевозка, размещение, трансфер, дополнительные услуги
16	Примерные требования состава услуг, входящих в турпакет в зависимости от вида тура

17	Структура предприятия туризма (необходимое количество сотрудников, разделение труда, должностные инструкции, мотивация)
18	Факторы, влияющие на выбор вида турпродукта
19	Влияние на деятельность туроператора факторов внешней и внутренней среды
20	Маркетинговые исследования туристского рынка
21	Позиционирование туров и туроператоров
22	Разработка туроперейтинговой программы
23	Схемы работы туроператора по организации и реализации туров
24	Общая характеристика процесса формирования и реализации турпродукта, этапы
25	Технологическая документация, разрабатываемая при проектировании тура
26	Временной график формирования турпакета рецептивного и инициативного туроператора. Договорной план
27	Взаимодействие с поставщиками туристских услуг: возможные схемы
28	Взаимодействие туроператора с предприятиями гостиничной индустрии
29	Взаимодействие туроператора с транспортными предприятиями
30	Организация чартерных программ
31	Схема взаимодействия инициативного и рецептивного туроператоров
32	Методическое обеспечение туров
33	Документальное оформление турпоездки
34	Прием иностранных граждан в РФ. Технология приглашения иностранных туристов
35	Обеспечение визовой поддержки российских туристов. Работа с консульствами
36	Формирование цены на турпакет: методы и факторы
37	Механизм расчета стоимости турпакетов: индивидуальных, групповых
38	Расчет рентабельности тура. Формирование прибыли туроператора
39	Издержки туроператора (постоянные и переменные)
40	Стимулирование продаж турпродукта
41	Позиционирование туров и туроператоров на туристском рынке.
42	Традиционные и инновационные методы продвижения туристского продукта.
43	Особенности участия туристских предприятий в выставках
44	Формирование сбытовой сети. Внутренние и внешние каналы сбыта
45	Особенности работы с турагентствами. Виды турагентств.
46	Функции турагентств
47	Агентское соглашение. Технология бронирования туров турагентством
48	FAM- и инфотуры. Основная цель. Состав услуг. Особенности организации.
49	Формы реализации турпродукта
50	Нетрадиционные формы реализации: инсентив-туризм, интернет-продажи



## 5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Туроператор занимается формированием, продвижением и реализацией:

- а) туристских товаров
- б) туристских услуг
- в) туристского продукта

2. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?

- а) отказ от исполнения условий договора любой из сторон
- б) обстоятельства непреодолимой силы
- в) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения

3. Укажите, какой из документов фирмы прекратил свое действие с 01.01.2007 г.?

- а) свидетельство о постановке на налоговый учет
- б) государственное свидетельство о регистрации туристской фирмы
- в) лицензия на оказание туристских услуг

4. Основные отличия туриста от экскурсанта:

- а) в организации посещения другой местности;
- б) в целях путешествия;
- в) в длительности путешествия.

4. Сопоставьте аббревиатуры, обозначающие тип питания, с соответствующими расшифровками:

А. ВВ

Б. АЛ • FB

В. RO, AO, BO

Без питания, Полный пансион (Завтрак+Обед+Ужин), «Все включено», в том числе спиртные напитки местного производства, Только завтрак

5. Турист едет на отдых в Турцию и спрашивает совета, где ему лучше приобрести экскурсию в Памуккале? Ваш ответ:

- А. на ресепшн отеля у менеджера
- Б. посоветую не ездить на экскурсии
- В. в любом экскурсионном бюро за пределами отеля
- Г. у отельного гида принимающей стороны туроператора

## 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Проектирование туристского продукта.

Запишите с помощью аббревиатур

А. 1 взрослый + ребенок от 2-6 лет

Б. 2 взрослых + 2 детей: первый ребенок 2-6 лет, второй ребенок 6-12 лет

2. Особенности продвижения туристского продукта

Проблема.

Многие агентства заманивают туристов скидками, другие считают этот путь тупиковым и делают ставку на высокий уровень сервиса. Большинство туроператоров запрещают агентствам демпинговать.

Опытные турфирмы предлагают множество дополнительных услуг.

Задание.

Разработайте перечень минимум из пяти дополнительных услуг для повышения конкурентоспособности турфирмы, наметьте технологию их внедрения.

3. Ценообразование в туризме.

Рассчитайте себестоимость путёвки. Исходные данные: Семья из 3-х человек (2 взрослых + ребёнок 3 года) приобретает путёвку на 14 дней на первые 7 дней – с 3-х разовым питанием, а на следующие дни – 2-х разовым на курорт Краснодарского края.

Стоимость проживания на 1 взрослого – 1200 руб. в сутки.

Стоимость проживания ребёнка 30% от стоимости взрослого места.

Питание: взрослый – 700руб. – 2-х разовое, 1000руб. 3-х разовое.

Ребёнок – 150руб. – 2-х разовое, 250 руб. 3-х разовое.

Чем отличается цена от себестоимости? Как рассчитывается цена тура и от чего зависит процент прибыли, который закладывает туроператор?

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в устной форме, студент отвечает на один из вопросов, представленных в перечне и выполняет одно практическое задание. Для выполнения практического задания студентам выдается раздаточный материал в виде туристских каталогов, журналов, статистических данных.

Время, отводимое на подготовку к ответу - 15 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Веселова, Н. Ю.	Организация туристской деятельности	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83129.html">http://www.iprbookshop.ru/83129.html</a>
Трусова, Н. М.	Страхование в туризме	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/55815.html">http://www.iprbookshop.ru/55815.html</a>
Валеева, Е. О.	Технология и организация туроператорской деятельности	Саратов: Вузовское образование	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/31941.html">http://www.iprbookshop.ru/31941.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Малыгина, М. В.	Страхование и риски в туризме	Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта	2013	<a href="http://www.iprbookshop.ru/64963.html">http://www.iprbookshop.ru/64963.html</a>
Бабанчикова О. А.	Туроперейтинг	СПб.: СПбГУПТД	2015	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2741">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2741</a>
Сухов, Р. И.	Организация туристской деятельности	Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/78686.html">http://www.iprbookshop.ru/78686.html</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru>
2. Компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
Microsoft Windows  
СПС КонсультантПлюс  
Sell Connect учебный (Амадеус)

**6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду