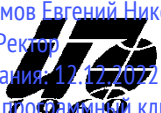


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 12.02.2022 11:16:51  
Уникальный провайдерский ключ:  
c379adf0ad4f91cbbf100b74e3323cc41cc52543



Образовательное частное учреждение высшего образования  
«Российская международная академия туризма»

---

Факультет менеджмента туризма  
Кафедра туризма и гостиничного дела

Принято Ученым Советом  
15 июня 2022 г.  
Протокол № 02-06-03

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор  
В.Ю. Питюков  
14 июня 2022 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### «Технологии турагентской деятельности»

по направлению подготовки 43.03.02 Туризм  
квалификация (степень) выпускника – бакалавр  
**Б1.О.04.03**

Рассмотрено и одобрено  
на заседании кафедры  
20 мая 2022 г., протокол №10

Разработчик: Арсений Р.М., к.п.н.

Химки  
2022

## 1. Цели и задачи дисциплины

*Цель дисциплины* – формирование у обучающихся компетенции ОПК-4 средствами дисциплины «Технологии турагентской деятельности».

*Задачи дисциплины:*

- Способствовать формированию у обучающихся способности осуществлять исследование туристского рынка.
- Развивать у обучающихся знания, умения и навыки в области организации продажи и продвижения туристского продукта.

## 2. Перечень формируемых компетенций и индикаторов их достижения, соотнесенные с результатами обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ОПОП, и содержанием дисциплины (модуля):

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Управление	ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<b>Знает</b> методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка, технологии продвижения и продаж туристского продукта, современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж. <b>Умеет</b> осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения нового туристского продукта, экскурсионного маршрута. <b>Владеет</b> навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

### 3. Место дисциплины в структуре ОПОП и этапы формирования компетенций

Дисциплина «Технологии турагентской деятельности» относится к обязательным дисциплинам ОПОП. Компетенция, формируемая дисциплиной «Технологии турагентской деятельности», также формируется и на других этапах в соответствии с учебным планом.

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### 4.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	-
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:</b>	60	60	-
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	28	28	-
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-	-
практические занятия (ЗСТ ПР)	28	28	-
- в том числе Практическая подготовка (ПП)	4	4	-
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2	-
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	-
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе</b>	84	84	-
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям	50	50	-
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	34	34	-
<b>Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет, зачет с оценкой)</b>	зачет с оценкой	зачет с оценкой	-
<b>Общая трудоемкость дисциплины: часы</b>	144	144	-
<b>зачетные единицы</b>	4	4	-

#### 4.2. Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	курс	
		4 ЛС	5 ЗС
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том чис-</b>	16	12	4

Вид учебной работы	Всего часов	курс	
		4 ЛС	5 ЗС
<b>ле:</b>			
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	6	6	-
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-	-
практические занятия (ЗСТ ПР)	6	6	-
- в том числе Практическая подготовка (ПП)	2	2	-
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	-	2
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	-
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	-	2
<b>Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе</b>	128	60	68
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям	124	60	64
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	4	-	4
<b>Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет, зачет с оценкой)</b>	зачет с оценкой	-	зачет с оценкой
<b>Общая трудоемкость дисциплины: часы</b>	144	72	72
<b>зачетные единицы</b>	4	2	2

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Понятие турагентской деятельности	Роль и место турагентств на туристском рынке. Функции, задачи и виды турагентств. Агентские сети, условия присоединения к сетям.
2.	Туристское агентство как предприятие туристского рынка	Турагентские компании как реализаторы туристских услуг. Виды агентств, их характеристика. Независимые агентства. Технологии турагентской деятельности. Турагентские сети. Франчайзинговые отношения в индустрии туризма. Менеджер туризма. Требования к менеджеру туризма. Функции, права и обязанности менеджера. Саморазвитие и самообразование менеджера туризма.
3.	Процедуры	Взаимоотношения турагентов с туроператорами: виды сделок,

	туристского агентства	расчеты за обслуживание туристов, комиссионные вознаграждения. Взаимоотношения турагентов с авиакомпаниями: правила бронирования, продажа и оформление билетов. Взаимоотношения турагентов с гостиницами: бронирование мест, типы гостиниц, номеров, питания.
4.	Создание туристского агентства	Этапы создания турагентства как юридического лица, бизнес-план турагентства, маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов; размещение турагентства, выбор офиса, оснащение офиса, выбор названия, принципы руководства, организационная структура турагентства.
5.	Организация продвижения и продажи туристского продукта	Маркетинг и конкурентная политика турагентства. Методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка. Организация процедур продажи туров. Документация обслуживания. Обслуживание туриста в офисе. Тактика продаж. Технологии продвижения и продаж туристского продукта. Современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж. Продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Общение по телефону. Работа с претензиями.

## 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

### 5.2.1. Очная форма обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)					СРО
			Итого	в том числе				
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)	ГК/ПА	
1. Понятие турагентской деятельности	ОПК-4	18	8	4	-	4	-	10
2. Туристское агентство как предприятие туристского рынка	ОПК-4	22	12	6	-	6	-	10
3. Процедуры туристского агентства	ОПК-4	22	12	6	-	6	-	10
4. Создание туристского агентства	ОПК-4	22	12	6	-	6	-	10
5. Организация продвижения и продажи туристского продукта	ОПК-4	22	12	6	-	6	-	10
Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ	ОПК-4	2	2	-	-	-	2	-

на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)								
Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	ОПК-4	36	2	-	-	-	2	34
Всего часов		144	60	28	-	28	4	84

### 5.2.2. Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)					СРО
			Итого	в том числе				
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ЛР)	ГК/ПА	
1. Понятие турагентской деятельности	ОПК-4	24	2	2	-	-	-	22
2. Туристское агентство как предприятие туристского рынка	ОПК-4	24	2	2	-	-	-	22
3. Процедуры туристского агентства	ОПК-4	34	4	2	-	2	-	30
4. Создание туристского агентства	ОПК-4	32	2	-	-	2	-	30
5. Организация продвижения и продажи туристского продукта	ОПК-4	22	2	-	-	2	-	20
Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	ОПК-4	2	2	-	-	-	2	-
Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	ОПК-4	6	2	-	-	-	2	4
Всего часов		144	16	6	-	6	4	128

### 6. Контактная и самостоятельная работа обучающихся

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образова-

тельных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации).

Занятия лекционного типа проводятся в соответствии с объемом и содержанием, представленным в таблице раздела 5.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, содержание дисциплины (модуля) составлено на основе результатов научных исследований, проводимых РМАТ, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

### **6.1. Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)**

#### **Тема 1. Понятие турагентской деятельности**

**Цель занятия:** сформировать способность обучающихся анализировать деятельность туристского агентства.

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

**Тип занятия:** семинар.

**Форма проведения:** дискуссия, выполнение практического задания.

**Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** основные понятия и функции туристского агентства.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Каковы основные понятия в области турагентской деятельности.
2. Назовите основные задачи и формы туристского агентства.
3. Продажа и продвижение туристского продукта как основные функции туристского агентства.
4. Дайте определение понятию агентская сеть.
5. Назовите и охарактеризуйте способы формирования агентских сетей. Приведите примеры.

**Выполнение практического задания** на выявление сформированности умений осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, в том числе рынка туристских агентств.

#### **Тема 2. Туристское агентство как предприятие туристского рынка**

**Цель занятия:** сформировать готовность у обучающихся анализировать туристское агентство, как предприятия на туристском рынке.

**Компетенция:** ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

**Тип занятия:** семинар.

**Форма проведения:** дискуссия, выполнение практического задания.

**Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** роль туристского агентства на туристском рынке.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Профессиональные и личностные качества менеджера по продажам.
2. Методы исследования туристского рынка, рынка туристских агентств в целях организации продаж и продвижения туристского продукта.
3. Виды агентств, их характеристика.

4. Независимые Технологии турагентской деятельности.
5. Турагентские сети.
6. Франчайзинговые отношения в индустрии туризма.
7. Функции, права и обязанности менеджера.

*Выполнение практического задания* на выявление сформированности умений осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения нового туристского продукта, экскурсионного маршрута.

### **Тема 3. Процедуры туристского агентства**

**Цель занятия:** сформировать у обучающихся знание основных принципов работы туристского агентства с другими участниками туристского рынка.

**Компетенция:** ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

**Тип занятия:** семинар.

**Форма проведения:** дискуссия, выполнение практического задания.

**Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** основные принципы работы с другими участниками туристского рынка

**Вопросы для обсуждения:**

1. Взаимоотношения турагентов с туроператорами в целях организации продажи и продвижения туристского продукта.
2. Взаимоотношения турагентов с авиакомпаниями в целях организации продажи и продвижения туристского продукта
3. Взаимоотношения турагентов с гостиницами в целях организации продажи и продвижения туристского продукта.
4. Использование современных информационных и телекоммуникационных технологий продвижения туристского продукта, в том числе ресурсов сети Интернет.

**Тип занятия:** практическая подготовка

**Форма проведения:** выездное практическое занятие

Посещение туристского агентства с целью изучения процедур формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

### **Тема 4. Создание туристского агентства**

**Цель занятия:** сформировать у обучающихся знания и умения в области создания туристского агентства.

**Компетенция:** ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

**Тип занятия:** семинар.

**Форма проведения:** дискуссия, выполнение практического задания.

**Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** принципы и этапы создания туристского агентства.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Этапы создания турагентства как юридического лица.
2. Организационная структура турагентства.
3. Особенности бизнес-планирование в туристской деятельности.



4. Маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов при создании туристского агентства.
5. Особенности выбора места размещения турагентства.
6. Требования к оформлению и оснащению офиса турагентства.
7. Основные принципы руководства туристским агентством
8. Организация продаж туристского продукта.
9. Организация продвижения туристского продукта турагентством.

*Тип занятия:* практическая подготовка

*Форма проведения:* мастер-класс от представителя гостиничного бизнеса

Изучение практического опыта специалиста индустрии туризма с целью изучения процедур формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

### **Тема 5. Организация продвижения и продажи туров**

*Цель занятия:* сформировать у обучающихся знаний и умений в области продвижения и продажи турпродукта.

*Компетенция:* ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

*Тип занятия:* семинар.

*Форма проведения:* дискуссия, выполнение практического задания.

*Основная тема (либо проблема) для обсуждения:* особенности продвижения и продажи туристского продукта.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Маркетинг и конкурентная политика турагентства.
2. Организация процедур продажи туров.
3. Корпоративная культура и этика.
4. Методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка в целях проведения мероприятий по продвижению туристского продукта.
5. Организация процедур продажи туров.
6. Документация обслуживания.
7. Особенности обслуживания туриста в офисе турагентства.
8. Тактика продаж в туризме.
9. Особенности продвижения и продаж туристского продукта.
10. Современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж турпродукта.
11. Продвижение туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
12. Особенности общения менеджера туризма с клиентом по телефону.
13. Работа с претензиями в турагентстве.

*Выполнение практического задания* на выявление сформированности умений анализа туристского рынка, формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

## 6.2. Самостоятельная работа обучающихся

### Тема 1. Понятие турагентской деятельности

**Вид работы:** изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Вопросы для подготовки к дискуссии:*

1. Каковы основные понятия в области турагентской деятельности.
2. Назовите основные задачи и формы туристского агентства.
3. Продажа и продвижение туристского продукта как основные функции туристского агентства.
4. Дайте определение понятию агентская сеть.
5. Назовите и охарактеризуйте способы формирования агентских сетей. Приведите примеры.

Подготовка к выполнению *практического задания* на выявление сформированности умений осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, в том числе рынка туристских агентств.

### Тема 2. Туристское агентство как предприятие туристского рынка

**Вид работы:** изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Вопросы для подготовки к дискуссии:*

1. Профессиональные и личностные качества менеджера по продажам.
2. Методы исследования туристского рынка, рынка туристских агентств в целях организации продаж и продвижения туристского продукта.
3. Виды агентств, их характеристика.
4. Независимые Технологии турагентской деятельности.
5. Турагентские сети.
6. Франчайзинговые отношения в индустрии туризма.
7. Функции, права и обязанности менеджера.

Подготовка к выполнению *практического задания* на выявление сформированности умений осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения нового туристского продукта, экскурсионного маршрута.

### Тема 3. Процедуры туристского агентства

**Вид работы:** изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Вопросы для подготовки к дискуссии:*

1. Взаимоотношения турагентов с туроператорами в целях организации продажи и продвижения туристского продукта.
2. Взаимоотношения турагентов с авиакомпаниями в целях организации продажи и продвижения туристского продукта
3. Взаимоотношения турагентов с гостиницами в целях организации продажи и продвижения туристского продукта.
4. Использование современных информационных и телекоммуникационных технологий продвижения туристского продукта, в том числе ресурсов сети Интернет.

Подготовка к выполнению задания в рамках *практической подготовки* в форме выездного практического занятия в целях изучения процедур формирования каналов сбыта

туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

#### **Тема 4. Создание туристского агентства**

**Вид работы:** изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Вопросы для подготовки к дискуссии:*

1. Этапы создания турагентства как юридического лица.
2. Организационная структура турагентства.
3. Особенности бизнес-планирование в туристской деятельности.
4. Маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов при создании туристского агентства.
5. Особенности выбора места размещения турагентства.
6. Требования к оформлению и оснащению офиса турагентства.
7. Основные принципы руководства туристским агентством
8. Организация продаж туристского продукта.
9. Организация продвижения туристского продукта турагентством.

*Подготовка к выполнению задания в рамках практической подготовки в форме мастер-класса от представителя гостиничного бизнеса в целях изучения процедур формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.*

#### **Тема 5. Организация продвижения и продажи туров**

**Вид работы:** изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Вопросы для подготовки к дискуссии:*

1. Маркетинг и конкурентная политика турагентства.
2. Организация процедур продажи туров.
3. Корпоративная культура и этика.
4. Методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка в целях проведения мероприятий по продвижению туристского продукта.
5. Организация процедур продажи туров.
6. Документация обслуживания.
7. Особенности обслуживания туриста в офисе турагентства.
8. Тактика продаж в туризме.
9. Особенности продвижения и продаж туристского продукта.
10. Современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж турпродукта.
11. Продвижение туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
12. Особенности общения менеджера туризма с клиентом по телефону.
13. Работа с претензиями в турагентстве.

*Подготовка к выполнению практического задания на выявление сформированности умений анализа туристского рынка, формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной*

сети Интернет.

### **6.3. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и подготовке к промежуточной аттестации**

Методические рекомендации по самостоятельной работе составлены с целью оптимизации процесса освоения обучающимися учебного материала.

Самостоятельная работа обучающегося направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе материалов, публикуемых в интернете, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа обучающегося над усвоением материала по дисциплине может выполняться в читальном зале РМАТ, специально отведенных для самостоятельной работы помещениях, посредством использования электронной библиотеки и ЭИОС РМАТ.

Содержание и количество самостоятельной работы обучающегося определяется учебным планом, методическими материалами и указаниями преподавателя.

Также самостоятельная работа включает подготовку и анализ материалов по темам пропущенных занятий.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время включает:

- работу с лекционным материалом, предусматривающую проработку конспекта лекций;
- изучение учебной и научной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада, исследовательской работы по заданной проблеме;
- выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной аттестации.

В зависимости от выбранных видов самостоятельной работы студенты самостоятельно планируют время на их выполнение. Предлагается равномерно распределить изучение тем дисциплины.

## **7. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств по дисциплине разработан в соответствии с Методическими рекомендациями и является составной частью ОПОП.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **8.1. Основная литература**

1. Макринова, Е. И. Предпринимательская деятельность в туризме : учебное пособие : [16+] / Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, В. В. Лысенко. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 158 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614300>

2. Малыгина, М. В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие : [16+] / М. В. Малыгина ; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. – Омск : Сибирский государственный университет фи-

зической культуры и спорта, 2017. – 137 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573620>

3. Новолодская, Г. И. Туроператорская и турагентская деятельность : учебное пособие : [16+] / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова ; Байкальский государственный университет. – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2021. – 278 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611141>

## 8.2. Дополнительная литература

1. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 297 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599728>

2. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. (ЭБС: Университетская библиотека онлайн, URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>

## 9. Обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

### 9.1. Обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <http://классификация-туризм.рф> - Федеральный перечень туристских объектов;
2. <https://tourism.gov.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития;
3. <http://www.rostourunion.ru/> - 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;
4. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации;
5. <http://www.standards.ru> – Стандартинформ;
6. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;
7. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science;
8. Science Alert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. Science Alert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;
9. Science Publishing Group электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

### 9.2. Обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>;
2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>.

**10. Обновляемый комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

1. Microsoft Office. Интегрированный пакет прикладных программ;
2. Microsoft Windows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

**11. Электронные образовательные ресурсы**

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. Корпоративная информационная система «КИС».

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

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.03.02 Туризм к материально-техническому обеспечению. Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает: учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием (специализированной мебелью- посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; шкаф, учебная доска, стенд) и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС РМАТ.

РМАТ обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в п.10 и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в п.8, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в п.9 и подлежит обновлению (при необходимости).