

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
 УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 «РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан естественно-географического
факультета



С.В. Жеглов

« 31 » августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ВИД ПРАКТИКИ

Производственная

ТИП ПРАКТИКИ

Преддипломная

Уровень основной профессиональной образовательной программы

бакалавриат

Направление подготовки	43.03.02. Туризм
Направленность (профиль) подготовки	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
Форма обучения	Очная
Сроки освоения ОПОП	Нормативный, 4 года
Курс, семестр, трудоемкость	4 курс, 4 недели, 6 з.е
Факультет	Естественно-географический
Кафедра	Экономической и социальной географии и туризма

Рязань, 2020

1. ВИД (ТИП) ПРАКТИКИ

Производственная (преддипломная) практика

2. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целями проведения практики являются :

- закрепление и углубление теоретических знаний, приобретение практического опыта научной и производственной работы по своей специальности;
- общее ознакомление с деятельностью предприятия, учреждения, организации; изучение работы различных служб управления предприятий и организаций;
- закрепление и расширение теоретических знаний студентов, приобретение более глубоких практических навыков применительно к специальности и профилю будущей работы;
- сбора, обобщения и анализа материалов для ВКР;
- изучение специфики функционирования предприятий и организаций сферы туризма разных форм собственности.

В процессе прохождения производственной практики с индивидуальным заданием студенты овладевают навыками и компетенциями проектирования программ туров, турпакетов, экскурсионных программ и других продуктов туристской деятельности. Совершенствуют и практически применяют теоретические знания о разработке туристского продукта с учетом технологических и социально-экономических требований, видах рекреационной и туристской деятельности.

3. ФОРМЫ И СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Дискретно

Практика проводится с частичным применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий на платформах ZOOM, Skype, Moodle.

Место проведения практики – профильные организации. Местом проведения учебной практики на втором курсе являются туристские предприятия разного назначения, разных категорий и разных форм собственности отвечающие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности: «Арго Тур», «Горячие туры», «Добродей», «МК-трелвел», «Ветер странствий», «Все включено».

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО УНИВЕРСИТЕТА

Производственная (преддипломная) практика реализуется в рамках обязательной части Блока 2.

Данная практика является завершающей в системе подготовки бакалавров направления подготовки «Туризм» профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг». Производственная (преддипломная) практика является обязательной и представляет собой вид учебных занятий,

непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Проходит практика в соответствии с программой, разработанной ведущей кафедрой. Срок проведения практики устанавливается в соответствии с учебным планом. Прохождение практики является важной составляющей заключительного этапа подготовки бакалавров направления подготовки Туризм. Она позволяет соединить накопленные в процессе обучения теоретические знания с практическим опытом в сфере туризма. Данный вид практики является логическим продолжением других видов практики студентов.

Производственная (преддипломная) практика базируется на следующих дисциплинах: Менеджмент в туризме, Экономика туризма, Маркетинг в туризме, Туристско-рекреационное ресурсоведение, Психология и конфликтология в туристской деятельности, Введение в профессиональную туристскую деятельность, Экономика и предпринимательство в сфере туризма, Туристско-рекреационное проектирование, Реклама в туризме, Технология продаж туристских услуг, Управление качеством услуг в туризме, Технология формирования и проведения экскурсий, Технологии въездного и выездного туризма.

Указанные дисциплины содержательно дополняют друг друга, являются «входными», дают необходимую для прохождения практики теоретическую подготовку по важнейшим дидактическим единицам и формируют такие знания, умения и готовности обучающихся как:

- знание особенностей формирования туристско-рекреационных систем мира и России
- знание форматов туристской деятельности
- понимание роли туристских ресурсов
- знание классификации туристских ресурсов.
- знание туристских зон России и мира и их характеристики
- владение технологией и освоение механизмов организации туристско-рекреационной деятельности, умение оценить ее эффективность
- освоение и умение применять географические методы для проектирования туристско-рекреационных объектов, владение географическими приемами и технологиями разработки туристских маршрутов
- владение теоретическими знаниями по рекреационной географии и туризму
- умение применять полученные знания на практике
- умение анализировать туристско-рекреационный потенциал территории
- исследование условий для развития въездного и выездного туризма.
- исследование состава современной материально-технической базы сферы туризма
- исследование средств размещения туристов
- исследование средств пассажирских перевозок: состав и классификация
- основные требования и функциональные направления деятельности инкамингового и аутгоингового туроператора
- коммуникационными навыками в устной и письменной формах;

- навыками анализа и обобщения полученной информации связанной с решением конкретных задач профессиональной деятельности туристского предприятия
- понятие рыночного сегмента в сфере обслуживания и туризме
- исследование и выбор зарубежных партнеров российской принимающей стороной.
- навыки поиска возможных партнеров в деятельности предприятия сферы обслуживания и туризма
- навыки изучения деловых качеств сотрудника сферы обслуживания и туристкой фирмы
- оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии
- существующие технологии проведения мониторинга рынка туристских услуг;
- методы исследования турпродукта на рынке туристической индустрии
- понятие туристического продукта. Тур и его структура. Виды туризма
- комплексное обслуживание (пакет услуг). Классы обслуживания
- навыки создание нового туристического продукта с использованием современных технологий и методов проектирования
- применение современных стратегий в области создания туристского продукта
- условия расчетов, аннуляции забронированных туров, ответственность сторон за соблюдение условий контракта
- технологические процессы основной деятельности туроператора въездного и выездного туризма.
- навыки оценки эффективности результатов деятельности навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе обслуживания потребителей и (или) туристов

4.1. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Прохождение данной практики направлено на формирование у обучающихся универсальных (УК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики
			В результате прохождения практики обучающиеся должны:

			Знать	Уметь	Владеть
1.	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)	УК-4.3 Создает на русском и иностранном(ых) языках устные и письменные тексты в соответствии с коммуникативной задачей в рамках профессионального общения	Правила деловой переписки, составления документов, делового общения на русском и иностранном языках на предприятиях туристской индустрии	Осуществлять деловую коммуникацию как в устной, так и письменной речи при общении с посетителями туристского предприятия – базы практики	Навыками составления документов, необходимых для деятельности туристского предприятия, навыками ведения устной коммуникации с посетителями туристского предприятия на русском и иностранном языках
2.	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.3 Планирует и реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Основы планирования личного времени для повышения качества знаний об особенностях туристской индустрии, формирования туристского продукта	Правильно планировать свое время на практике для получения новых и отработки полученных ранее практических умений в сфере деятельности туристского предприятия	Навыками выстраивать собственную траекторию развития с целью получения и демонстрации практических навыков по работе с посетителями туристского предприятия, формирования туристского продукта для построения профессиональной карьеры
3.	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	Методы исследования потребителей, конкурентов туристского предприятия, подходы к разработке экскурсионных маршрутов	Анализировать потребителей и конкурентов туристского предприятия, разрабатывать новые туристские продукты	Навыками проведения маркетинговых исследований потребителей, строить профиль конкурентов, разрабатывать новые экскурсионные маршруты
		ОПК-4.3 Использует методы мониторинга рынка туристских	Методы исследования и анализа туристского рынка	Анализировать рынок туристских услуг, существующие каналы продаж	Навыками применения методов мониторинга рынка туристских услуг, организовывать

		услуг			каналы продвижения туристских услуг
4.	ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Определяет, анализирует, оценивает производственные экономические показатели предприятий туристской сферы	Показатели, оценивающие экономическую эффективность деятельности туристского предприятия, понятие управленческого решения на туристском предприятии	Анализировать производственные экономические показатели деятельности туристского предприятия в условиях конкурентного рынка, разрабатывать управленческие решения	Навыками проводить анализ деятельности туристского предприятия, экономически обосновывать предлагаемые решения для дальнейшего экономического развития туристского предприятия, действующего на конкурентном рынке
5.	ОПК-6 Способен применять нормативно-правовую базу в соответствии с Законодательством РФ и международного права при осуществлении профессиональной деятельности	ОПК-6.3 Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями	Законодательство РФ, международные правовые нормы при разработке и реализации туристского продукта и туристских услуг, знает правила организации документооборота туристского предприятия	Организовывать документооборот туристского предприятия в соответствии с нормативными требованиями и установленными правилами	Навыками разработки документооборота туристского предприятия на основании действующих правил, применять законодательство РФ и международные нормы при разработке нового туристского продукта
6.	ПК-1 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	ПК-1.1 Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Требования к разработке туристского продукта, современные информационно-коммуникативные технологии, применяемые в деятельности туристского предприятия	Разрабатывать новый туристский продукт с применением современных технологий, учитывая требования как индивидуальных, так и групповых потребителей	Навыками использования современных информационно-коммуникативных технологий для разработки индивидуальных и групповых туров с учетом пожеланий потребителей
		ПК-1.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных	Способы продвижения туристских услуг, каналы сбыта турпродукта	Анализировать разные каналы сбыта турпродукта, с целью выявления	Навыками поиска и организации каналов сбыта и продвижения турпродукта, организации

		туристских услуг		наиболее успешного, формировать цену для разных групп потребителей	коммуникаций с внешней средой туристского предприятия
7.	ПК-3 Способен организовывать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	ПК-3.1 Организует процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг	Подходы, правила и способы организации процесса обслуживания потребителей туристского продукта, нормативно-правовые акты, действующие в сфере обслуживания	Анализировать новые технологии и средства для организации индивидуализированного обслуживания туристского предприятия	Навыками разработки и организации процесса обслуживания потребителей туристского продукта исходя из возможностей туристского предприятия с учетом действующих нормативных актов в сфере обслуживания
		ПК-3.2 Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты	Способы исследований мотивов потребителей туристских услуг, туристского поведения при выборе реализуемых туристских продуктов и услуг	Анализировать туристское поведение при маркетинговых исследованиях потребителей, факторы, оказывающие влияние на выбор потребителей туристских услуг.	Навыками исследования мотивов поведения потребителей, референтных групп, процесса принятия решения о покупке турпродукта.
		ПК-3.3 Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания	Основные потребности и психофизиологические возможности человека, их связь с социальной активностью личности, влияние этих факторов на формирование потребностей, принципы разработки и методы управления клиентоориентированной стратегии на предприятиях туристской индустрии	Оценивать предпочтения потребителей туристского продукта с учетом национально-региональных и демографических факторов; разрабатывать концепцию и стратегию развития клиентоориентированной политики туристского предприятия	Методами управления клиентоориентированной политикой туристского предприятия на стратегическом и тактическом уровнях; методикой оценки эффективности работы с клиентами

8.	ПК-5 Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма	ПК-5.1 Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов	Методы исследования природных, культурно-исторических и социально-экономических туристских ресурсов, туристско-рекреационного потенциала территории	Анализировать и обрабатывать научную информацию, необходимую для исследования туристских ресурсов и оценивания туристско-рекреационного потенциала территории	Навыками применения методов научного исследования туристско-рекреационного потенциала территорий, зон и туристских комплексов
		ПК-5.2 Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма	Понятийно-терминологический аппарат, теоретические и эмпирические основы методы исследования, применяемые в туристской индустрии, ключевые функции современной науки о туризме, структурные элементы теории, этапы проведения научного исследования	Актуализировать проблему исследования, определить цель, задачи, объект и предмет исследования, реализовывать основные этапы выполнения научно-исследовательской темы в соответствии с современными требованиями	Основными правилами, принципами и закономерностями научной, исследовательской и методической деятельности в сфере туризма, основами научного мировоззрения, навыками определения методики исследования, организации самостоятельного исследования проекта, практикой эффективного использования ресурсов и научной организации работы.
		ПК-5.3 Использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма	Источники информации по исследуемой проблеме, методы научного познания: методы эмпирического исследования, методы	Отбирать научную информацию, формировать прогнозы развития исследуемых явлений в туристской индустрии	Готовностью применять методы анализа, разработки и поиска решений в деятельности предприятий туристской индустрии;

			теоретическог о исследования, методы прогнозировани я		формулировать прогнозы развития исследуемых процессов и явлений в сфере туризма
--	--	--	--	--	---

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Основной формой оценочного средства по практике является отчет. Структура и содержание отчета полностью соответствует структуре и содержанию индивидуального (типового) задания обучающегося по практике. Отчет позволяет оценить весь перечень планируемых результатов обучения (уровень освоения универсальных и профессиональных компетенций) при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы на основе анализа:

- качества выполнения индивидуального задания и оформления всей документации по практике
- отзыва (характеристики) о работе обучающегося во время учебной (исследовательской) практики от руководителя от профильной организации:
- отзыва самого обучающегося о прохождении практики:
- защиты отчета на итоговой конференции

.Отчет по производственной (преддипломной) практике включает в себя выполнение индивидуального задания студента, связанного с темой ВКР, анализ деятельности туристского предприятия, на котором бакалавр проходит практику, разработанный индивидуальный проект, связанный с темой ВКР и индивидуальным заданием, отзыв руководителя предприятия – базы практики.

5. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 4 недели.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Этапы практики	Содержание деятельности обучающихся	Трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
			Контактная работа	Иные формы	
1	Подготовительный этап	1.1 Проводится предварительное собрание по производственной практике. На данном этапе студент работает с фактическим	Участие в установочной	4	Устное собеседование

		<p>(в том числе статистическим) материалом, электронными ресурсами, методической, научной и учебной литературой для усиления теоретической подготовки к преддипломной практике. Контроль этапа осуществляет факультетский руководитель практики</p>	<p>конференции(1 час)</p> <p>Прохождение инструктажа по охране труда и технике безопасности (0,7 часа)</p>		<p>Установочная конференция</p> <p>Журнал ТБ</p>
		<p>1.2 Проводится подготовка необходимой документации, выбор базы прохождения преддипломной практики, проведение инструктажа по технике безопасности.</p>			
		<p>1.3 Участвует в установочной конференции, на которой происходит установление целей и задач производственной (преддипломной) практики</p>			
2	Производственный этап	<p>2.1 Обучающиеся направляются в места прохождения преддипломной практики. Знакомятся с предприятием, учредительными и нормативными документами, организационно-правовой формой, организационной структурой управления, должностными обязанностями основных категорий работников. Собирают материал, необходимый для выполнения индивидуального задания и выпускной квалифицированной работы</p>	<p>Консультации руководителей практики от Университета и от профильной организации (1 час)</p>	200	Индивидуальные отчеты
		<p>2.2 Обучающиеся проводят анализ хозяйственной деятельности предприятия. Поводят анализ маркетинговой среды туристского предприятия. Изучают систему работы с клиентами.</p>			
		<p>2.3 Составляют схемы производственной и организационной структур управления предприятием. Описать систему планирования, примеры расчета планируемых показателей.</p>			
		<p>2.4 Описывает систему учета предприятия, привести примеры. Дать характеристику учетной политики предприятия. Перечислить партнеров предприятия и описать способы взаимодействия с ними.</p>			
		<p>2.5 Описать методы проектирования и реализации туристского продукта с использованием информационных</p>			

		коммуникативных технологий. Дать характеристику работы в трудовом коллективе предприятия, способов организации работы исполнителей.			
		2.6 Описывают приемы эффективного общения с потребителями туристского продукта.			
3	Аналитический этап	3.1 Анализируют и обрабатывают собранную информацию в области деятельности туристской организации с использованием информационно-коммуникационных технологий. 3.2 Анализируют и обобщают собранные данные по теме выпускной квалификационной работы. 3.3 Оформляет индивидуальное задание. Завершает сбор и анализ материала для ВКР, оформляет макет ВКР при консультациях с научным руководителем.	Консультации руководителей практики от Университета и от профильной организации (0,15 часа)	2	Индивидуальное задание и Отчет Макет ВКР
4	Отчетный	4.1 На данном этапе студент сдает, а групповой руководитель проверяет Отчет по преддипломной практике. Студент, не сдавший Отчет в установленные сроки или не внесший необходимые исправления и дополнения по рекомендации группового руководителя, считается не аттестованным по преддипломной практике. Студенты, вовремя сдавшие Отчеты и не имеющие по ним нареканий, допускаются к защите на итоговой конференции.	консультации руководителей практики от Университета (1 час)	2	Проверка готовых отчетов и дневников
5	Итоговый этап	5.1 На данном этапе обучающиеся участвуют в итоговой конференции по производственной (преддипломной) практике, на которой выступают с презентацией своих Отчетов, рассказывают о важных и интересных моментах практики, анализируют удачные эпизоды практики и ошибки, высказывают мнения о практике и пожелания по ее усовершенствованию. Слушают отчет группового руководителя об итогах практики. Преддипломная практика завершается выставлением зачета в ведомость и зачетные книжки студентов.	Участие в итоговой конференции (2 часа) Прохождение промежуточной аттестации (0,15 часа)	2	Итоговая конференция Оценка за практику
		<i>Итого часов по практике: 216</i>	6	210	Зачет с оценкой

7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

В период прохождения производственной преддипломной практики обучающийся поэтапно формирует пакет документов, необходимых для промежуточной аттестации по итогам практики. Данные документы в установленные сроки студент предоставляет на выпускающую кафедру. В результате преддипломной практики должна быть представлена готовая ВКР.

Предусмотрены следующие формы отчетности по учебной практике (исследовательская):

- индивидуальное задание;
- совместный рабочий график (план) проведения практики;
- отчет с выполненной ВКР
- отзыв с места прохождения практики

Индивидуальное задание для обучающегося, которое необходимо выполнить в период практики, разрабатывается руководителем практики от университета и выдается студенту перед началом практики. В индивидуальном задании приводится перечень задач, которые выполняет обучающийся на практике: составление общей характеристики туристских предприятия, как баз практики (по типовому плану) (см. пункт Иные сведения и материалы), конкретизируется содержание деятельности и планируемые результаты.

Рабочий график (план) проведения практики составляется руководителем практики от факультета. В нем отражается перечень запланированных мероприятий, исходя из цели, задач практики и места ее прохождения. Устанавливаются сроки выполнения запланированных мероприятий с указанием конкретных дат (см. пункт Иные сведения и материалы).

Отчет о прохождении практики должен содержать описание проделанной работы в соответствии с графиком и индивидуальным заданием, а также включать полностью выполненные задания и готовую ВКР (см. пункт Иные сведения и материалы).

Отзыв составляется и подписывается руководителем профильной организации и заверяется печатью. В отзыве должны отражаться оценка уровня подготовки обучающегося, проявленного при выполнении заданий практики, а также его отношение к работе.

Структура Отчета о практике:

1. Титульный лист
2. Введение: цели и задачи практики
3. Анализ деятельности изучаемых туристских предприятий по плану.
4. Заключение – выводы и предложения

По результатам оценки указанных элементов выставляется зачет с оценкой.

Зачет ставится в том случае, когда все элементы промежуточной аттестации представлены студентом в полной мере. Практика не засчитывается, когда студент систематически нарушал учебную дисциплину, получил нарекания от руководства предприятия и руководителя практики, не выполнил индивидуальное задание, не предоставил отчет, не явился на установочную и итоговую конференции, не сдал вовремя документацию. Зачет по практике приравнивается к зачетам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1 Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450891 (дата обращения: 03.04.2020).
2	Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451446 (дата обращения: 03.04.2020).
3	Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09532-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453848 (дата обращения: 05.04.2020).

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Джанджугазова Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. – М.: Академия, 2014. – 272 с.

2	Загорская, Л. М. Маркетинг услуг : учебное пособие / Л. М. Загорская, В. А. Назаркина. — Новосибирск : НГТУ, 2017. — 130 с. — ISBN 978-5-7782-3207-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/118544 (дата обращения: 01.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Киприна, Е. Н. Туристское ресурсоведение : учебное пособие / Е. Н. Киприна. — Тюмень : ТюмГУ, 2014. — 168 с. — ISBN 978-5-400-00998-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/109848 (дата обращения: 07.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Лежнин, В.В. Локальные системы сферы туризма: управление и инновации / В.В. Лежнин, А.Н. Полухина ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. — 182 с. : табл., граф., схем., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570636 (дата обращения: 01.04.2020). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8158-2106-4. — Текст : электронный.
5	Развитие предпринимательства и бизнеса в современных условиях: методология и организация: Монография / Под общей редакцией ректора Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, д.э.н., профессора М.А. Эскиндарова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 466 с.
6	Левченко, Т.П. Устойчивое развитие туризма на территориях без выраженной туристской привлекательности: оценка и инструменты развития=Sustainable development of tourism in territories without obvious tourist attractiveness: assessment and development tools : монография : [16+] / Т.П. Левченко, О.В. Конаныхина. — Москва : Креативная экономика, 2018. — 180 с. : табл., схем., граф. — Режим доступа: по подписке. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498987 (дата обращения: 01.04.2020). — Библиогр.: с. 162-172. — ISBN 978-5-91292-242-8. — DOI 10.18334/9785912922428. — Текст : электронный.
7	Ермакова, Е.Е. Коммуникативные технологии в туризме : учебное пособие : [16+] / Е.Е. Ермакова ; Тюменский государственный университет. — Тюмень : Тюменский государственный университет, 2016. — 404 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572268 (дата обращения: 01.04.2020). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-400-01170-2. — Текст : электронный.
8	Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве: лекции / Л.А. Родигин, Е.Л. Родигин. — Москва : Советский спорт, 2014. — 208 с. : табл., схем., ил. — (Профессиональное туристское образование). — Режим доступа: по подписке. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438479 (дата обращения: 01.04.2020). — Библиогр.: с. 182-183. — ISBN 5-9718-0743-8. — Текст : электронный.
9	Экономика отраслевых рынков. Формирование, практика и развитие. Самозанятость населения. Правовое и экономическое регулирование [Электронный ресурс]: сборник материалов межвузовской научной конференции и круглого стола/ О.В. Аксёнова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2017.— 272 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70886.html .— ЭБС «IPRbooks»
10	Пенкина, Н. В. Туристско-рекреационный комплекс: теоретико-методологические подходы к анализу : 2020-03-05 / Н. В. Пенкина. — Нижневартовск : НВГУ, 2017. — 173 с. — ISBN 978-5-00047-411-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/136229 (дата обращения: 01.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
11	Полухина, А.Н. Оценка эффективности стратегических программ развития туризма (на примере Приволжского федерального округа) : монография / А.Н. Полухина, В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. —

	Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2015. – 276 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459504 (дата обращения: 01.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1574-2. – Текст : электронный.
12	Истомина, Э. Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России : 2019-12-06 / Э. Г. Истомина, М. Г. Гришулькина. — 2-е изд., испр. и доп. (эл.). — Москва : РГГУ, 2019. — 296 с. — ISBN 978-5-7281-2488-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/129796 (дата обращения: 07.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
13	Зайцева, А. И. Туристские формальности : учебное пособие / А. И. Зайцева, Р. С. Селезенев. — Кемерово : КемГУ, 2019. — 146 с. — ISBN 978-5-8353-2401-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/125462 (дата обращения: 06.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, Интернет-ресурсы

1. Институт мировых ресурсов (World Resources Institute – WRI) (<http://www.wri.org>)
2. Европейский Банк реконструкции и развития (<http://www.ebrd.com>)
3. Данные по видам рекреационной активности (<http://www.gorp.com>)
4. Цели мирового развития на период 1990-2015 гг. (www.developmentgoals.org)
5. Все о географии. Образовательный сайт (www.geographyabout.com)
6. Статистический департамент ООН (www.unstats.un.org)
7. Глобальная статистика (www.xist.org)
8. Электронная библиотечная система Книга фонд (<http://www.knigafund.ru/>)
9. Информационно-справочный портал (<http://www.library.ru/>)
10. Мировой атлас данных (<http://knoema.ru/atlas>)
11. Туристические порталы (firms.turizm.ru)
12. Федеральное агентство по туризму РФ (russiatourism.ru)
13. Всемирная туристская организация (www2.unwto.org)
14. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии (ratanews.ru)
15. Федеральная служба государственной статистики (<http://www.gks.ru/>)
16. Новости гостиничного бизнеса (<http://www.hospitality.ru/01.01.01.01/news.aspx>)
17. Турбизнес (<http://www.tourbus.ru/>)
18. "ТТГ-Россия" - туристская деловая газета (ttg-russia.ru)
19. Российская гостиничная ассоциация (ProHotel.ru)
20. tourest.ru/publ/statistika_turizma_v_rossii Статистика туризма в России
21. forum.turizm.ru/common/all/008892.html Форум туроператоров
22. www.turizm.ru/tourism_low/ Единый федеральный реестр туроператоров
23. www.mirtravel.com/spravochnik/ugolok_potrebitelja Законодательство о туризме
24. <http://www.turprofi.ru/news/> Портал для турагентств : на сайте представлены новости и статьи, посвященные туристическому рынку, а также имеются статистические и справочные данные.
25. <http://www.tourbus.ru/archive> Туристический бизнес для профессионалов : база данных содержит свежую информацию о всех событиях, происходящих на туристическом рынке.

26. Электронная туристическая библиотека : на страницах сайта публикуются научные статьи, методические пособия http://www.tourlib.net/statti_tourism/tropina2.htm/

27. Новости гостиничного бизнеса (<http://www.hospitality.ru/01.01.01.01/news.aspx>)

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

9.1 Информационные технологии

При проведении практики возможно использование следующих информационных технологий: использование сервисов электронной почты и социальных сетей для обмена оперативной информацией; дистанционное консультирование посредством университетской системы e-learn.rsu.edu.ru; работа в электронных библиотечных системах; мультимедийные презентации проектов, отчетов по практике.

9.2 Требования к программному обеспечению

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО

Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVu браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации практики с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.); набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>); система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Местом проведения практики (базой практики) являются предприятия туристской индустрии, экскурсионные бюро, отделы и подразделения структур государственного, регионального и муниципального управления туризмом в регионе, а также фирмы, работающие в сфере информационных технологий и управленческого консультирования. Кафедра формирует банк данных о базах практики, который ежегодно обновляется и дополняется. В случае возможности долговременного сотрудничества кафедры с предприятиями по организации производственной практики студентов и необходимости его юридического оформления, может быть заключен договор-соглашение между университетом и предприятием о проведении производственной практики студентов. Производственную практику обучающийся должен пройти на предприятии (организации) сферы туризма, выполнить индивидуальное задание, подготовить и защитить отчет по практике. Время прохождения практики – апрель - май. В качестве постоянной базы производственной практики используются мощности предприятий рекреации и туризма: «Интерконтакт - плюс», «Арго-тур», «Элита-тур», «Ветер странствий», «Добродей», «Мастер-тур», Туристский информационный центр города Рязани. Для полноценного прохождения производственной (преддипломной) практики в туристских фирмах необходимо наличие компьютерной техники, оргтехники, возможности выхода в сеть Интернет, телефона, факса, электронной почты.

11. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Практика для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Выбор мест прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом их доступности для данной категории обучающихся.

12. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И МАТЕРИАЛЫ

Задания к преддипломной практике

Задание 1. *Характеристики деятельности предприятия*

При выполнении данного задания необходимо провести анализ предприятия, на котором студент проходит преддипломную практику на основе изучения организационных и иных документов предприятия, интервьюируя руководителя предприятия. Характеристика предприятия дается в соответствии с предложенным планом.

1. Предприятие.

Название предприятия (полное и сокращенное), организационно-правовая форма предприятия, адрес (юридический и фактический).

Отраслевая принадлежность – дается на основании ОКВЭД, ОКУН.

Виды деятельности предприятия (основные и дополнительные).

Учредительные и нормативные документы.

Миссия организации.

Краткая история деятельности предприятия.

Государственное регулирование отрасли, в которой действует предприятие.

Этап жизненного цикла, на котором находится предприятие, оценка перспектив дальнейшего развития предприятия.

Анализ местоположения предприятия (центр, спальный район, пригород, транспортная доступность, близость остановок, наличие парковки, «соседи» предприятия).

2. Организационная структура управления предприятием.

Схема организационной структуры управления предприятием, звенья и уровни управления.

Структурные подразделения предприятия, их функции, взаимодействие подразделений. Нормы, правила, процедуры распределения прав и обязанностей, иерархия подчинения на предприятии.

Основные методы и стили управления, применяемые на предприятии.

Конкурентные стратегии, используемые предприятием (лидерство по затратам, индивидуализация, фокусирование и др.).

Планирование деятельности предприятия (текущее и оперативное планирование), долгосрочные цели предприятия.

Организация контроля деятельности предприятия и его подразделений (методы контроля, объекты контроля, система стандартов контроля предприятия).

Взаимодействие руководителей подразделений, их должностные обязанности.

Наличие информационных систем управления.

Система коммуникаций на предприятии.

3. Подразделение, в котором студент проходит практику

Характеристика подразделения (Положение о структурном подразделении: место в оргструктуре, основные функции, количество сотрудников, руководство подразделением, взаимодействие с другими подразделениями).

Должностные инструкции работников подразделения.

4. Характеристика деятельности предприятия.

Характеристика основного продукта или услуги предприятия.

Характеристика дополнительных продуктов или услуг оказываемых предприятием.

Материально-техническая база предприятия (основные средства, нематериальные активы, оборотные активы).

Объем реализованной продукции (среднее количество проданных туров, среднее количество туристов, которое обслуживает предприятие за год).

Рентабельность по основному виду деятельности предприятия.

Квалификационные требования, предъявляемые к работникам руководством предприятия. Их соответствие Постановлению Министерства труда и социального развития «Квалификационные требования (профессиональные стандарты)», а также квалификационным характеристикам Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий.

Оценка результатов труда и система стимулирования работников на предприятии.

Численность работающих на предприятии, возрастная и половая структура работников, профессионально-образовательная структура персонала,

Основные туристские направления, по которым работает предприятие, анализ туров, предлагаемых предприятием.

Стратегия маркетинга, применяемая на предприятии (продуктовая, ценовая, сбытовая, коммуникационная).

Особенности организации сбыта продукта (услуги), структура каналов сбыта.

Рекламная деятельность предприятия: виды и средства используемые в рекламе предприятия, частота упоминания предприятия в СМИ и Интернете.

Тенденция внедрение новых услуг на предприятии, деятельность по разработке и внедрению новых туров.

Система маркетинговой информации. Применение методов исследования туристского рынка. Способы использования полученной информации.

Конкурентоспособность оказываемых услуг (результаты сравнения «своих» продуктов и услуг с продуктами и услугами конкурентов, данные о спросе).

Оценка уровня осведомленности о фирме и предлагаемых ею услугах, восприятие имиджа компании, представления о качестве услуги и уровне обслуживания на предприятии в регионе, в котором действует фирма.

Анализ клиентов предприятия: социальное положение, референтные группы, род занятий, экономическое положение, культурная среда существования туриста.

Доля, занимаемая предприятием на туристском рынке региона.

Факторы успеха в конкурентной борьбе на рынке.

Оценка основных конкурентов предприятия: организационно-правовая форма; численность персонала; активы; доступ к другим источникам средств; объемы продаж; доля рынка; рентабельность; руководители фирмы; наличие и размеры сети филиалов; перечень основных видов услуг; другие количественные данные (например, стоимость услуг, расходы на рекламу и т.д.), репутация конкурентов; известность, престиж; опыт руководства и сотрудников; частота трудовых конфликтов; приоритеты на рынке; гибкость маркетинговой стратегии; эффективность продуктовой стратегии; работа в области внедрения на рынок новых продуктов; ценовая, сбытовая и коммуникационная стратегии; организация маркетинга; контроль маркетинга; уровень обслуживания клиентов; приверженность клиентов; реакция конкурентов на изменение рыночной ситуации.

5. Анализ маркетинговой среды предприятия

Характеристика и анализ факторов внутренней среды (организация управления, технологии, основные средства, персонал и др.).

Характеристика и анализ факторов внешней среды:

- характеристика возможных покупателей предлагаемых услуг (по трем-четырем основным характеристикам, например демографическим, экономическим, социальным, психологическим и т. п.) и их потребностей.

- факторы, формирующие покупательские предпочтения и влияющие на их рыночное поведение, потребности, неудовлетворенные предоставленными услугами;

- анализ поставщиков и смежников предприятия, их краткая характеристика, виды предоставляемых услуг предприятию (транспортные, гостиничные предприятия, предприятия питания, страховые и кредитные компании);

- основные конкуренты предприятия: намерения конкурентов, текущие стратегии конкурентов (лидерство в области затрат; дифференциация; концентрация), возможности конкурентов.

6. Проведите анализ туристского рынка региона, на котором действует предприятие.

- регион, в котором действует предприятие: площадь, численность населения, возрастной состав населения, уровень экономического развития, относительно соседних регионов, группы влияния в регионе;

- социально-культурная характеристика: здоровье, образование и социальная мобильность населения, общественное мнение, нормы поведения и ограничения, уровень и стиль жизни и т.д.;

- масштаб рынка (его емкость, объем продаж туристского продукта и услуг, количество предприятий, действующих на туристском рынке региона, выделите турагентов и туроператоров, укажите основные туристские направления, по которым они работают);

- тип рынка (конкурентный, монополистический, и т.д.);

- наличие сезонных колебаний спроса и их влияние на деятельность предприятия;

- основные туристские направления, предлагаемые турпредприятиями, средние цены на рынке по предлагаемым турам, предприятия с максимальной и минимальной ценой на схожие турпродукты.

7. Проведите SWOT-анализ предприятия.

Укажите перспективы дальнейшего развития предприятия, исходя из результатов SWOT-анализа.

Результат анализа деятельности предприятия отражается в Отчете отдельной главой.

Описание должно сопровождаться графиками, диаграммами и статистическим материалом

Задание 2. Индивидуальное задание (соответствующее теме ВКР)

Индивидуальное задание студент разрабатывает в соответствии с темой ВКР. В качестве индивидуального задания может быть разработка и составление туристского маршрута, новая инновационная услуга для индустрии туризма, разработка социальных и иных проектов, способных увеличить привлекательность региона для туристов.

Задание 2.1. Разработка проекта (по теме дипломной работы)

В качестве предполагаемых проектов могут быть: разработка анимационного мероприятия для предприятия сферы туризма, разработка бизнес-плана предприятия туризма, разработка инновационной услуги в сфере туризма.

Введение (цели проекта; на кого направлен проект, краткая характеристика нового продукта, планируемый результат; способы достижения поставленных целей; сроки осуществления проекта; необходимые затраты, связанные с реализацией проекта; ожидаемые результаты). *На данном этапе проводится исследование туристского рынка, направленное на изучение потребности в развитии предлагаемого проекта.*

Анализ положения дел в области проводимых работ по проекту. В этом разделе дается анализ текущего состояния, тенденций и прогноза развития сферы применения инноваций (туризм, средства размещения). Перечисляются сильные и слабые стороны последних новшеств и возможных конкурентов, а также вероятные категории потребителей, на которых рассчитан проект.

Общие положения. Данный раздел содержит описание целей, задач, стратегии и предмета туристского проекта или продукта. В данном разделе дается характеристика туристской организации (юридический статус, организационно-правовая форма, виды деятельности и др.), анализ текущего состояния рынка сбыта туристских услуг и оценку перспектив создания или развития того или иного сегмента туристского рынка.

Содержание. В данном разделе необходимо полностью раскрыть тему проекта, представить свойства и наглядные данные предлагаемого продукта или услуги, описание его уникальности, следует представить описание, модели, фотографии, а также предоставить сведения о потенциальных потребителях услуги и потребностях, на удовлетворение которых направлен этот товар или услуга. Рекомендуются сделать прогноз цен, по которым планируется реализовать предлагаемый продукт или услугу.

Анализ конкуренции. Необходимо раскрыть информацию о конкурентах. При этом анализируется количество конкурентов, сравнивается качество предлагаемых туристских

продуктов или услуг, объемы реализации предлагаемых продуктов (услуг, работ), цены, а также сильные и слабые стороны конкурентов по бизнесу.

План маркетинга. В данном разделе рассматриваются: сбытовая политика предприятия по продвижению предлагаемого продукта или услуги (контакты с потребителем, учет его запросов); методы распространения услуги (каналы сбыта); методы ценообразования; рекламная политика компании; стимулирование продаж (скидки и др.); формирование имиджа предприятия.

Персонал. В данном разделе необходимо определить численность персонала; провести формирование штатного расписания; определить квалификационные требования к персоналу; выбрать формы оплаты и методы стимулирования труда; определение режима работы; разработка кадровой политики, системы подготовки кадров и др.

Организационный и производственный план. Указываются производственные процессы, применяемые информационные технологии, необходимое дополнительное оборудование для оснащения рабочих мест, количество новых сотрудников, новых точек продаж и другие вопросы, связанные с производством и реализацией продукта (услуг). Описывается схема организации продаж продукта (услуги), количество и квалификация персонала (необходимость его обучения, привлечения консультантов со стороны).

Финансовый план. В этом разделе определяют средства, необходимые для финансирования проекта, а также источники их получения. Рассматривается порядок расчетов с поставщиками и потребителями, срок возврата кредитов и проценты по ним, методы определения себестоимости услуг и др., прогнозы финансовых результатов.

Заключение. В данном разделе даются общие выводы по проекту, обзор использованной литературы.

Задание 2.2. Разработка тура по теме ВКР

Методические рекомендации по формированию тура

Проектирование тура предусматривает согласование возможностей предприятия, осуществляющее это проектирование с запросами туристов. Проект должен содержать конкретные требования по обеспечению безопасности услуги, минимизации рисков для потребителей услуги и их имущества, обслуживающего персонала и окружающей среды.

При подготовке тура студент обязан раскрыть следующую информацию:

1. Описание маршрута:

- а) маршрут путешествия;
- б) перечень туристских предприятий-исполнителей услуги;
- в) период предоставления туров каждым предприятием-исполнителем услуги;
- г) состав экскурсий и достопримечательных объектов, посещаемых туристами;
- д) перечень предполагаемых туристских походов, прогулок;
- е) комплекс досуговых мероприятий, в которых планируется участие туристов;
- ж) продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута;
- з) количества туристов, участвующих в путешествии;
- и) виды транспорта для внутримаршрутных перевозок;
- к) потребности в инструкторах-методистах по туризму, экскурсоводах, гидах-переводчиках, другом обслуживающем персонале и необходимой дополнительной их подготовки;
- л) необходимого количества транспортных средств;
- м) форм и подготовку рекламных, информационных и картографических материалов, описания путешествия для информационных листовок к туристским путевкам.

2. Программу тура, характеристику объектов размещения (адреса, названия, условия размещения), условий питания

3. Калькуляция тура.

4. Данные о стране туристской поездки, об обычаях местного населения, святынях, различных памятниках; о состоянии окружающей природной среды, условиях обмена валюты и т. д.;

5. Условия безопасности туристов на маршруте

6. Сведения о необходимых адресах и телефонах (посольства/консульства России, имена и фамилии официальных лиц)

7. Сведения о принимающей туристской фирме (телефоны, адреса, фамилии, порядок разрешения конфликтных ситуаций)

8. Образец ваучера и листок отметок к ваучеру (или заменяющие их документы, согласованные с принимающей стороной)

9. Информация о правилах въезда в страну, временного пребывания там, о таможенных требованиях.

Конкретные требования к процессу обслуживания туристов должны быть не ниже требований действующих нормативных документов.

Материалы, прилагаемые к отчету

1. *Проведение исследований на рынке туристских услуг.*

Проведение исследований туристских предпочтений (опрос, анкетирование и др.), с целью выявления их предпочтений на туристском рынке в регионе. Проведение анализа полученной информации (Таблица 1).

Анализ полученной информации может быть оформлен в виде таблицы, в которой необходимо отразить следующую информацию:

Таблица – 1 – Анализ исследования туристских предпочтений

Вопрос 1	Вопрос 2
Анализ результатов	Анализ результатов	Анализ результатов

2. *Технологическая карта туристского путешествия (приложение А)*

В ней определены основные показатели маршрута (продолжительность путешествия, число туристов в группе, даты заездов, примерное (ожидаемое) количество туристов, стоимость путевки); программа обслуживания туристов по маршруту; описание путешествия.

Также может быть приложен, если требуется, «Паспорт трассы туристского похода (приложение Б)», «Технологическая карта экскурсии» (приложение В), «Маршрут транспортной экскурсии» (приложение Г).

3. *Информационный листок (Приложение Д)*

Обязательно должен выдаваться клиенту на руки. В нем отражены основные сведения о стране пребывания, принимающей фирме, условия безопасности туристов на маршруте,

необходимые контактные телефоны для связи с Посольством России, с принимающей фирмой. В нем могут содержаться и другие документы: памятка-программа тура, карты, проспекты и т.д.

4. *Каталог маршрута*

В нем отражается вся информация по маршруту: о стране пребывания, посещаемых городах, описание отелей и экскурсий. Обычно это красочно оформленный альбом, в котором клиент может найти информацию, которая его заинтересует по маршруту.

5. *Калькуляция тура (Приложение Е)*

Туроператор рассчитывает стоимость туристской путевки. Кроме стоимости проезда и пакета услуг принимающей фирмы в стоимость путевки включаются накладные расходы (арендная плата, телефонные переговоры, факсовая переписка, использование информационных сетей), закладывается прибыль фирмы-оператора и комиссия фирмам, работающим по агентскому соглашению, а также налоги, относимые на себестоимость. В итоге получается цена, по которой будут реализовываться путевки на данный маршрут.

6. *Образец ваучера*

Туристский ваучер прилагается к туристской путевке. На основании его осуществляется урегулирование взаиморасчетов между туроператором или турагентом, направляющим туриста, и туроператором по приему или лицами, предоставившими конкретные услуги. Ваучер выдается направляющей фирмой туристам-индивидуалистам или руководителю группы на руки как подтверждения их права получить от принимающей фирмы, перечисленные в нем услуги. По прибытии туристов в пункт назначения ваучер передается принимающей стороне.

7. *Сравнение нового тура с турами, предлагаемыми конкурентами*

После разработки тура необходимо провести сравнительный анализ вновь созданного тура с другими турами, предлагаемыми различными туроператорами (Таблица 2).

Таблица – 2 – Рекомендуемые критерии сравнения

Критерии сравнения	Тип 1	Тип 2	Тип 3
Название тура (насколько оно отражает содержание)			
Структура турпродукта (предлагаемые услуги в пакете – транспорт, размещение, питание, экскурсионное обслуживание, страхование туриста и т.д.)			
Соответствие предлагаемых услуг заявленному туру			
Дополнительные услуги, предлагаемые в программе тура			
Возможности предоставления скидок для разных категорий туристов			
Возможность изменения структуры тура по желанию туриста			
Преимущества и недостатки рассмотренных туров			