

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра философии, социологии и социальной работы

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.02 «ИНДУСТРИЯ И ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА»**

Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль программы «Туризм и гостиничный сервис»

Автор(ы): канд. социол. наук, доцент О.И. Власова

Одобрена на заседании кафедры философии, социологии и социальной работы.
Протокол от «11» января 2022 г. №5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности научно-методической комиссией института ГСЭО РГППУ. Протокол от «13» января 2022 г. №5.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Индустрия и инфраструктура туризма»: знакомство студентов с современным состоянием мирового и российского туристских рынков, особенностями туристического продукта, организационно-управленческими структурами индустрии туризма;

Задачи:

- знакомство с общими принципами и закономерностями индустрии и инфраструктуры туризма, отечественным и зарубежным опытом в данных сферах; организацией и технологиями работы туристских фирм; маркетинговой деятельностью организаций индустрии и инфраструктуры туризма.
- овладение методами корректировки целей и программ действий туристских организаций в зависимости от состояния рынка; технологиями управления в сфере туризма и взаимовыгодного сотрудничества с туристскими фирмами и организациями-поставщиками услуг;
- формирование навыков оценки потребностей туристского рынка, запросов конкретных потребителей; создания конкурентоспособной продукции;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Индустрия и инфраструктура туризма» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. География туризма.
2. Менеджмент персонала в туризме и гостиничной сфере.
3. Маркетинг туризма и гостиничного сервиса.
4. Социальные основы туризма.
5. Социальная психология в туризме и гостиничном сервисе.
6. Технологии продвижения и продаж в туризме и гостиничной сфере.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПКС-2 Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонами в сфере туризма и гостиничного сервиса.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:



Знать:

31. Особенности функционирования туристского рынка, его современные тенденции и перспективы развития;

32. Международные туристские организации и всемирные туристские организации (вто), модели государственного участия в развитии индустрии туризма;

33. Особенности взаимодействия туристских фирм с организациями-поставщиками услуг;

34. Особенности функционирования гостиничного комплекса;

35. специфику и комплексный характер маркетинга в индустрии туризма;

36. основы управления персоналом на предприятиях индустрии туризма.

Уметь:

У1. Грамотно использовать в работе нормативные документы, определяющие услуги размещения;

У2. Оценивать потребности туристского рынка, запросы конкретных потребителей.

Владеть:

В1. Технологиями управления в сфере туризма и взаимовыгодного сотрудничества с туристскими фирмами и организациями-поставщиками услуг;

В2. Навыками анализа туристского рынка и способностью его использования в практической деятельности;

В3. Навыками создания конкурентоспособной продукции.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач. ед. (144 час.), семестр изучения – 1, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	1 сем.
	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	144
Контактная работа, в том числе:	68
Лекции	34
Практические занятия	34



Самостоятельная работа студента	76
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Экзамен	1 сем.

**Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. Индустрия и инфраструктура туризма в современных условиях: состояние, проблемы и перспективы	1	25	6	6	-	13
2. Организация и управление туристским комплексом	1	25	6	6	-	13
3. Организация и технология работы туристских фирм	1	22	5	5	-	12
4. Взаимодействие туристских фирм с организациями-поставщиками услуг	1	25	6	6	-	13
5. Маркетинговая деятельность предприятий индустрии туризма	1	22	5	5	-	12
6. Управление развитием персонала на предприятиях индустрии туризма	1	25	6	6	-	13

**Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

Раздел 1. Индустрия и инфраструктура туризма в современных условиях: состояние, проблемы и перспективы

Особенности функционирования туристского рынка. Характеристика услуг и связанная с этим специфика управления организациями индустрии туризма. Современный туристский рынок и перспективы его развития. Страны-лидеры выездного туризма. Распределение туристского потока по материальному



положению. Типы организации отдыха. Факторы «наделенности» как основа развития национальной индустрии туризма. Предпочитаемые цели путешествий. Туристский потенциал ряда промышленно-экономических районов России. Глобализация экономики и выбор новых организационных форм управления организациями индустрии туризма. Понятие «глобальное объединение» (ГО). Сравнение организационных форм деятельности организаций индустрии туризма. Особенности интеграционных процессов в управлении организациями индустрии туризма. Понятие «стратегический альянс» (СА). Крупные гостиничные цепи в мире. Объединение отелей в гостиничные цепи на условиях франчайзинга на основе контрактов на управление.

Раздел 2. Организация и управление туристским комплексом

Международные туристские организации. Всемирные туристские организации (ВТО). Международные неправительственные организации (универсального характера). Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (ФУААВ). Международная организация по экскурсионному обслуживанию и турам (ИСТА). Международная организация воздушного транспорта (ИАТА). Международная организация гражданской авиации (ИКАО). Международная ассоциация по конгрессам и съездам (ИККА). Международная федерация журналистов и писателей по вопросам туризма (ФИЖЕТ). Международная федерация кемпингов и караванингов (ФИКК). Международные региональные организации. Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация (ПАТА). Конференция туристских организаций Латинской Америки (КОТАЛ). Международные профсоюзные и молодежные организации. Международное бюро социального туризма (БИТС). Международное бюро по молодежному туризму и обменов (БИТЕЖ). Национальные ассоциации туристских агентств. Роль государства в развитии индустрии туризма. Модели государственного участия в развитии индустрии туризма. Характеристика организации управления в ряде европейских стран. Цели, функции и структура управления предприятия индустрии туризма. Классификация и типы организационных структур управления. Проблемы организации управления туристскими фирмами.

Раздел 3. Организация и технология работы туристских фирм

Планирование и формирование программы обслуживания туристов. Определение содержания турпродукта. Программа обслуживания. Уровень обслуживания. Технология организации и проведения тура. Оптимальная программа обслуживания при организации различных туров. Условия расчета за тур. Требования к обслуживанию туристов. Ценовая политика туристской фирмы. Внешние факторы. Внутренние факторы, или цели ценообразования. Особенности ценообразования в индустрии туризма. Метод ориентации на цены основных конкурентов. Несезонные цены. Дифференцированные цены. Реализация сбытовой политики туристской фирмы. Каналы сбыта турпродукта. Агентские сети: туроператор – турагентство – турист, туроператор – турагентство – оптовик (wholesaler) – турагентства – турист, туроператор – турагентство –



оптовик – агент – турист. Агентское соглашение. Правила продажи туристского продукта потребителю. Федеральный Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Туристский ваучер. Выполнение паспортно-визовых формальностей и страхование. Полицейские формальности. Санитарные (медицинские) формальности. Гаагская декларация по туризму.

Раздел 4. Взаимодействие туристских фирм с организациями-поставщиками услуг

Транспортные компании. Категории и разряды транспортных средств. Воздушный транспорт. Услуги, предлагаемые авиакомпаниями. Тарифы на авиаперевозки. Специальные тарифы. Чартерные рейсы. Международные перевозки. Морские перевозки и круизы. Речные путешествия. Морские и речные прогулки (экскурсии). Организация морских и речных прогулок (экскурсий). Сухопутный транспорт. Железнодорожные туры. Организация железнодорожного обслуживания за рубежом. Автомобильные перевозки. Автобусный туризм. Организация автобусных перевозок туристов. Автомобильный туризм. Предприятия гостиничного комплекса. Особенности функционирования гостиничного комплекса. Нормативные документы, определяющие услуги размещения. Типы гостиниц. Модель организации гостиниц Ритца. Модель Кемонса Уильсона. Модель «добровольные гостиничные цепочки». Сегменты туристского рынка посетителей гостиницы. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами. Взаимоотношения турфирм с гостиничными организациями.

Раздел 5. Маркетинговая деятельность предприятий индустрии туризма

Специфика и комплексный характер маркетинга в индустрии туризма. Современная комплексная концепция маркетинга. Периодизация подходов к концепциям маркетинга. Маркетинг услуг. Цель маркетинговых исследований в индустрии и инфраструктуре туризма. Задача маркетинговых исследований. Особенности туристического маркетинга. Комплексные маркетинговые исследования рынка в организациях индустрии туризма. Жизненный цикл туруслуги. Маркетинговая стратегия организации на различных фазах жизненного цикла туристского продукта. Рекламная деятельность в индустрии туризма. Классификация видов туристической рекламы. Рекламные исследования. Средства распространения рекламы и требования по ее организации. Методы формирования рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности. Стимулирование сбыта туристского продукта или услуг в организациях индустрии туризма. Мероприятия по стимулированию сбыта услуг. Управление торговой маркой организации индустрии туризма. Понятие «торговая марка». Стратегии выбора названия торговой марки, их преимущества и недостатки. Зависимость выбора марочной стратегии организации индустрии туризма от различных рисков осуществления деятельности.



Раздел 6. Управление развитием персонала на предприятиях индустрии туризма

Система управления персоналом на предприятиях индустрии туризма. Концепции роли персонала в производстве туристского продукта: использования трудовых ресурсов, научного администрирования, управления человеческими ресурсами, управления персоналом. Принципы управления персоналом. Кадровая политика. Подбор, оценка, расстановка, адаптация, обучение персонала. Основы квалификационных требований к персоналу в индустрии туризма. Основные требования к руководителям туристских групп (гидам). Основные профессиональные требования к экскурсоводам. Развитие персонала в организациях индустрии туризма. Методы информирования сотрудников в организации индустрии туризма. Методы получения информации у работников организации индустрии туризма. Мотивация персонала в организациях индустрии туризма. Управление процессом обучения персонала в организациях индустрии туризма. Мотивы обращения организаций туризма к образовательным программам. Этапы формирования программы обучения персонала в организации индустрии туризма. Факторы, оказывающие влияние на выбор программы обучения. Критерии выбора программы обучения организациями индустрии туризма.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии, которые ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер.

2. Информационно-коммуникационные образовательные технологии, при которых организация образовательного процесса, основывается на применении специализированных программных сред и технических средств работы с информацией. Используются для поддержки самостоятельной работы обучающихся с использованием электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС), телекоммуникационных технологий, педагогических программных средств и др.

3. Технология «тренинг диагностического мышления» направлена на развитие и формирование у будущих специалистов системы общих и специфических умений которые способствуют решению профессиональных задач проблемного типа. Структурирование диагностической информации разворачивается посредством трёх основных способов логического рассуждения: дедукции, индукции и трансдукции. Технологию применяется для проведения практических и семинарских занятий.



4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1 Основная литература

1. Валеева Е.О. Организация туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.О. Валеева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2015. — 242 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31939.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.2 Дополнительная литература

1. Фролко С.В. Развитие бизнес-процессов в условиях модернизации региональной экономики [Электронный ресурс] : монография / С.В. Фролко, Е.И. Молокова, Д.Г. Бженникова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2013. — 274 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11395.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Зорин И. В. Энциклопедия туризма [Электронный ресурс] : справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Финансы и статистика, 2014. - 364 с. : ил., табл. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69240/>.

3. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации [Электронный ресурс] : монография / М. А. Жукова. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Финансы и статистика, 2014. - 199 с. : ил., табл. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69238/>.



4. Арифуллин М. В., Путрик Ю. С., Ефимова Г. Н., Караневский П. И., Макушева О. Н., Потапова С. А., Троицкая Н. Г. Глоссарий профессиональных терминов по тематике туризма, гостиничного хозяйства и общественного питания : словарь. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. - 92 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74716>.

6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Интернет-ресурсы:

1. Электронная библиотека Гумер. Режим доступа: <http://www.gumer.info/>
2. Электронная библиотека . Режим доступа: <http://stratum.pstu.as.ru>
3. Сетевые библиотеки. Режим доступа: <http://www.valley.ru/-nicr/listrum.htm>
4. Сетевая электронная библиотека . Режим доступа: <http://web.ido.ru>
5. Российская библиотечная ассоциация. Режим доступа: <http://www.rba.ru>

Программное обеспечение:

1. Браузер Chrome.
2. Браузер Yandex Browser.
3. Видеопроигрыватель Плеер QuickTime.
4. Операционная система Windows.
5. Офисная система Office Professional Plus.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Помещения для самостоятельной работы.

