

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Географический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан географического факультета,
академик РАН Добролюбов С.А.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

Уровень высшего образования:
бакалавриат

Направление подготовки:
43.03.02 «Туризм»

Направленность (профиль) ОПОП:
«Туризм»

Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
Учебно-методической комиссией географического факультета
(протокол №18, дата 22.11.2022)

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки «Туризм» (программы бакалавриата, магистратуры, реализуемым последовательно по схеме интегрированной подготовки).

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ №1044 от 30 августа 2019 года

Год (годы) приема на обучение: 2019

© Географический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова

Программа не может быть использована без разрешения факультета.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП — относится к вариативной части ОПОП, является обязательной для освоения.
2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия: базируется на знаниях, полученных в процессе изучения дисциплин «История», «История Туризма», «Социально-экономическая география России и мира», «Основы туристской деятельности», «География туризма», «Информатика».
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
ПК-4.Б (<i>формируется частично</i>) Способен применять современные технологии, в том числе геоинформационные и информационно-коммуникационные технологии, в продвижении и реализации туристского продукта и оказании отдельных туристских и рекреационных услуг.	ПК-4.Б.1. Способность применять современные технологии в продвижении и реализации туристского продукта и оказании туристских и рекреационных услуг	Знать: методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; обеспечения конкурентного преимущества организации; принципы организации операционной деятельности. Уметь: организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию; Владеть: методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы, технологиями реализации туристского продукта и оказании туристских и рекреационных услуг.
ПК-5.Б (<i>формируется частично</i>) Способен внедрять международные, национальные, отраслевые и корпоративные стандарты, обеспечивающие качество и нормы безопасности комплексного туристского обслуживания на предприятиях туристской индустрии, в ходе реализации туристских продуктов и отдельных туристских и рекреационных услуг;	ПК-5.Б.1. Способность внедрять международные, национальные, отраслевые и корпоративные стандарты, обеспечивающие качество и нормы безопасности комплексного туристского обслуживания на предприятиях туристской индустрии; способность	Знать: основные методы и инструменты управления операционной деятельностью организации; основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций. Уметь: разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность; ставить и решать задачи операционного маркетинга. Владеть: методами формирования и поддержания этичного климата в организации; методами управления операциями, инструментами взаимодействия с производителями и потребителями туристских продуктов и услуг

эффективное взаимодействие производителями потребителями продуктов и услуг.	партнерское с и туристских	взаимодействовать с производителями и потребителями туристских продуктов и услуг
---	----------------------------	--

4. Объем дисциплины (модуля) 5 з.е., 180 часов, в том числе 54 академических часа на контактную работу обучающихся с преподавателем, 126 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

5. Формат обучения не предполагает электронного обучения и использования дистанционных образовательных технологий

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и виды учебных занятий

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе							
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы*</i>					Самостоятельная работа обучающегося <i>Виды самостоятельной работы, часы</i>		
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Групповые консультации	Индивидуальные консультации	Всего	Работа с литературой	Практические работы	Всего
Тема 1. Индустрия туризма. Туристская деятельность.	9	1	2			3	6		6
Тема2. Понятия и виды деятельности туроператора.	9	1	2			3	6		6
Тема 3. Создание турпродукта.	9	1	2			3	4	2	6
Тема 4. Классы обслуживания. Программа обслуживания.	9	1	2			3	6		6

Тема 5. Поставщики услуг. Туристская документация.	9	1	2			3	6		6
Тема 6. Визовая поддержка. Туристские формальности.	9	1	2			3	6		6
Тема 7. Сбытовая сеть. Агентское соглашение.	9	1	2			3	6		6
Тема 8. Реклама в туризме. Методы.	9	1	2			3	6		6
Тема 9. Стимулирование продаж. Туристские выставки.	9	1	2			3	4	2	6
Тема 10. Этапы создание туристской фирмы. Материально-техническая база.	9	1	2			3	6		6
Тема 11. Бизнес-планирование в туризме.	9	1	2			3	4	2	6
Тема12. Безопасность туризма	9	1	2			3	6		6
Тема13. Правовые основы туристской деятельности	9	1	2			3	4	2	6
Тема 14. Работа с клиентом. Технологии продаж.	9	1	2			3	6		6
Тема15. Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса	9	1	2			3	6		6
Тема16. Работа с документами клиента иподписание договора. Инструктаж клиентов	9	1	2			3	6		6
Тема17. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур)	9	1	2			3	6		6
Тема 18. Работа с претензиями. Работа сопровождающего (турлидера)	9	1	2			3	6		6
Промежуточная аттестация: экзамен	162	Устный экзамен					18		18
Итого	180	18	36	54		126			

Содержание лекций, семинаров

Содержание лекций

Тема 1. Индустрия туризма. Туристская деятельность

Туристская деятельность. Хозяйствующие субъекты туристической индустрии. Организаторы путешествий. Функции туристических организаций. Материально-техническая база туризма. Вклад туризма в мировую экономику, технические и социальные достижения. Факторы, влияющие на развитие туризма в России и за рубежом. «Видимая и невидимая торговля», «видимый и невидимый экспорт и импорт» в туризме. Современные тенденции развития туризма XXI века.

Тема 2. Понятия и виды деятельности туроператора

Понятия «туроператор» и «турагент». Основные различия между туроператором и турагентом. Дифференциация туроператоров по виду деятельности, по месту деятельности. Инициативные и рецептивные туроператоры. Функции туроператора. Профиль работы туристического оператора. Договор страхования ответственности туроператора. Финансовое обеспечение туроператора. Правила реализации туристского продукта. Общие подходы к работе с поставщиками услуг. Договоры с поставщиками услуг рецептивного туроператора. Договор между инициативными рецептивными туроператорами.

Тема 3. Создание привлекательного турпродукта

Понятие и структура турпродукта. Организация групповых и индивидуальных туров. Основные потребительские свойства турпродукта. Гостеприимство как основной принцип технологии обслуживания туристов. Принцип освобождения туриста и оптимальность обслуживания. Проектирование тура: технологическая карта тура, график загрузки предприятия, информационный листок и программа обслуживания туристов. Обязательные и рекомендуемые требования к туруслуге. Контроль качества и методы контроля.

Тема 4. Классы обслуживания. Программа обслуживания

Классы «люкс» (VIP), первый класс, бизнес-класс, туристский класс и экономический класс. Основные требования к услугам размещения, питания, транспортным услугам, экскурсионным услугам в каждом классе обслуживания. Обязательные и дополнительные услуги на туре в соответствии с уровнем обслуживания. Основные и дополнительные услуги, понятие пакет услуг. Заказные и инклюзив-туры как варианты работы с клиентом. Пакетные (инклюзив) туры: достоинства и недостатки. Основные достоинства и недостатки заказных (индивидуальных) туров. Цена турпакета. Профессиональные подходы к созданию программы тура. Уровень обслуживания, оптимальность обслуживания, технологии организации и проведения тура. Территориальная разработка и тематическая направленность программы.

Тема 5. Поставщики услуг. Туристская документация

Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг. Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами. Договоры с поставщиками услуг рецептивного туроператора, с гостиничным предприятием, с предприятием питания, автотранспортным предприятием, музеем и экскурсионной фирмой. Договора инициативного оператора: на квоту мест на регулярных авиарейсах, агентское

соглашение с авиакомпанией. Чартер. Виды чартерных программ и условия продажи мест на чартерных рейсах: жесткий, мягкий и комбинированный блок. Договор с железной дорогой, страховой компанией, визовым отделом. Особенности страхования в туризме.

Тема 6. Визовая поддержка. Туристские формальности

Сущность и классификация туристских формальностей. Паспорта, визы, таможенные правила. Виды паспортов российских граждан. Основные документы ребенка при выезде за рубеж. Виды виз. Особенности получения российской визы. Требования к документам клиента при получении Шенгенской визы, визы США, Великобритании, Австралии и других стран. Анкета посольства: общие и специфические требования отдельных государств. Индивидуальные и групповые визы. Работа посольств в практике турфирм. Валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические правила в международных путешествиях. Законодательство в вопросах регулирования туристских формальностей. Страхование туризма. Страховой взнос, медицинское страхование, страховые риски. Права и обязанности туриста. Действия туристов и руководителей тур. групп при наступлении страховых случаев. Качество туристских услуг. Особенности туристских формальностей разных стран мира.

Тема 7. Сбытовая сеть. Агентское соглашение

Основные маркетинговые мероприятия. Внешние и внутренние каналы сбыта. Основные формы продажи турпродукта. Каналы продвижения турпродукта. Розничные агентства и оптовые туристские фирмы. Традиционные и нетрадиционные фирмы продаж турпродукта. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение. Основные критерии выбора партнеров по сбыту: правоспособность, кредитоспособность, дееспособность. Финансовые механизмы регулирования отношений с партнерами: авансовые платежи. Депозит и задаток: основные особенности. Агентское соглашение: договор поручения, договор комиссии, договор возмездного оказания услуг, договор купли-продажи. Необходимые условия соглашения. Форс-мажорная оговорка, язык соглашения.

Тема 8. Реклама в туризме. Методы

Практические решения по рекламе. Типичные цели рекламы в туризме: информативная, убеждающая, напоминающая. Нормативная основа рекламной деятельности; сложность рекламы турпродукта. Выбор средств рекламы или рекламоносителей. Оплата рекламных объявлений и контроль за расходами. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда турпродукта.

Виды нерекламных методов продвижения турпродукта. Стимулирование потребителей. Стимулирование розничных турагентств. Пропаганда туризма: установление и поддержание связей с прессой; общефирменная коммуникация, товарная пропаганда, лоббизм и консультирование. Требования, предъявляемые к информации. Информационные (рекламные) туры.

Тема 9. Стимулирование продаж. Туристские выставки

Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения турпродукта. Виды каталогов: генеральные и служебные. Основные требования к тексту и переводу текста. Ценовые каталоги и таблицы. Затраты на производство каталогов. Основные требования к каталогу: степень информированности, удобство пользования, достоверность информации, условия сотрудничества туроператора.

Технология распространения каталогов. Работа на выставках и презентациях. Виды и категории выставок. Этапы работы на выставках: выбор выставки, подготовка к выставке, работа на стенде, подведение итогов выставки. Презентация: виды, понятие, подготовка к презентации, работа на презентациях и подведение итогов.

Тема 10. Этапы создание туристской фирмы. Материально-техническая база

Разработка бизнес-плана турфирмы. Регистрация турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы туристского предприятия. Документы, необходимые для работы фирмы. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса. Структура фирмы. Выбор организационно-правовых форм деятельности предприятия. Наружное и внутреннее оформление фирмы. Основные виды наружного оформления. Оформление внутренних помещений, оформление рабочих помещений. Внешний вид сотрудников. Стилизовое единство.

Тема 11. Бизнес-планирование в туризме

Цель и задачи бизнес-планирования. Этапы создания и основные требования к содержанию бизнес-плана. Описание бизнеса предприятия. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг. Перечень целей и задач, сопроводительная информация, концепция, ресурсы, управление, финансовые ожидания предприятия. Описание продукта, анализ ситуации на рынке, конкуренты, стратегия, риски, персонал. Финансовый продукт и необходимое документальное сопровождение бизнес-плана туристского предприятия.

Тема 12. Безопасность туризма

Понятие «безопасности в туризме». Факторы воздействия окружающей среды. Физические перегрузки и нервно-психические факторы. Биологические факторы. Личная безопасность и безопасность имущества. Нарушения туристами установленных правил. Организационная основа безопасности туризма. Субъекты обеспечения безопасности. Угрозы безопасности туризма и источники опасности в сфере туризма. Чрезвычайные ситуации. Формы обеспечения безопасности туризма. Международные стандарты обеспечения безопасности туризма.

Тема 13. Правовые основы туристской деятельности

Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы. Государственное регулирование туризма в Российской Федерации. Основные термины и понятия турист, экскурсант, туристские ресурсы, туристская индустрия, маршрут путешествия, трансфер, переводчик, аннуляция. Базовые законодательные акты: Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности», Закон «О защите прав потребителей», «О стандартизации» и т.д. Лицензирование туристской деятельности, стандартизация, сертификация услуг. Роль государства в развитии туристской индустрии. Структура управления туристской отраслью в РФ. Экономические и административные механизмы поддержки развития туризма. Задачи государственной политики в сфере туризма. Международное законодательство в туризме и значение международных организаций в регулировании туристской деятельности.

Тема 14. Работа с клиентом. Технологии продаж

Телефонный разговор как первый этап установления контакта с клиентом. Типы клиентов. Взаимодействие с клиентом. Работа с клиентом до и после подписания договора. Работа с клиентом в сложных ситуациях. Виды конфликтов. Взаимодействие с клиентом после завершения путешествия. Порядок предоставления информации о маршруте. Информация о туре, предоставляемая клиенту до заключения договора. Правила и требования, предъявляемые посольствами, консульствами, таможенными и пограничными службами. Особенности визового режима отдельных стран. Информация о маршруте, предоставляемая после подписания договора с клиентом. Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об условиях размещения, уровне комфорта, о трансфере и условиях питания, экскурсий, дополнительных услугах.

Тема 15. Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса

Понятие сегментирования рынка. Критерии выделения сегмента рынка. Требования к рыночному сегменту. Профиль сегмента. Ограничения сегментирования. Основные принципы выделения отдельных сегментов рынка: социально-экономический, половозрастной, этнокультурный, религиозный, образовательно-интеллектуальный, психолого-эмоциональный. Специфика работы с отдельными сегментами. Виды покупательского спроса: потенциальный, формирующийся, сложившийся, сезонный. Факторы формирования спроса. Современные тенденции туристского спроса и предложения. Классификация потребностей.

16. Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов

Виды технологической документации тура. Бланки строгой финансовой отчетности. Туристский ваучер и памятка туристу. Договор с клиентом и лист бронирования. Основные нормативные требования и содержание клиентского договора. Справочные материалы и прайс-листы оператора. Инструктаж клиентов. Перечень документов, необходимых для оформления тура. Проверка документов, прием документов. Получение визы, страхового полиса, памятки туриста, путевки, ваучера. Ответственность менеджера турагентства за достоверность и своевременность информации, правильное оформление проездных билетов и всей остальной документации туриста. Документооборот туристской фирмы. Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия.

Тема 17. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур)

Технология разработки индивидуального тура: заявка, предоплата, форма взаимодействия с клиентом, особые условия обслуживания, дополнительные услуги. Обслуживание клиентов класса VIP. Уникальность предложения и эксклюзивный набор услуг. Основные достоинства и сложности работы с индивидуальными турами. Работа сопровождающего (турлидера) на маршруте. Зарубежные представители туроператора: основные задачи и функции. Ответственность представителя фирмы за рубежом за качество обслуживания туристов. Перечень условий, при которых необходимо сопровождение группы. Основные функции менеджера, сопровождающего группу. Форма отчетности сопровождающего тура перед оператором.

Тема 18. Работа с претензиями. Работа сопровождающего (турлидера)

Виды и типичные поводы возникновения недовольства туристов. Деятельность рецептивного оператора по предотвращению жалоб туристов во время отдыха. Взаимодействие агентства и рецептивного, а также инициативного операторов по решению проблем туристов. Документальное сопровождение жалоб. Правовые нормы при рассмотрении письменных и устных претензий туристов. Сроки и порядок рассмотрения жалоб. Выбор сопровождающего группы. Функциональные обязанности турлидера.

План проведения семинаров

1. Обсуждение современных тенденций развития туризма XXI веке.
2. Обсуждение специфики классов обслуживания
3. Обсуждение вопросов работы турфирмы с поставщиками туруслуг
4. Обсуждение вопросов соблюдения туристских формальностей
5. Обсуждение рекламных и нерекламных методов продвижения
6. Обсуждение этапов создания турфирмы
7. Обсуждение технологий продаж

7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю):

Примеры практических работ:

1. Разработка специализированного (спортивного, образовательного и т.д.) тура зарубеж и по России.
2. Сравнительный анализ предлагаемых условий перевозки туристов-индивидуалов регулярными рейсами российских и зарубежных авиакомпаний.
3. Выполнение заданий по расчету эластичности спроса от цены и дохода.
4. Сравнительная характеристика компьютерных систем бронирования авиабилетов, отелей и туристских услуг, используемые на российском рынке (Galileo, Amadeusi др.–глобальные системы, Gulliveri др. -специализированные, системы online бронирования – авторские разработки туроператоров).
5. Оценка экономической эффективности продукта. Составление различных тематических программ обслуживания.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Классификация видов туризма.
2. Основные свойства турпродукта.
3. Туристская индустрия, ее составляющие.
4. Основные различия между туроператором и турагентом.
5. Понятие и виды деятельности туроператора
6. Инициативные и Рецептивные туроператоры, схемы их работы.

7. Основные функции и типы туроперейтинга.
8. Возникновение бизнеса туроперейтинга на туристском рынке.
9. Классы обслуживания.
10. Пакет услуг как основной турпродукт, его составляющие.
11. Что такое основные и дополнительные услуги? В чем их различие?
12. Преимущество и недостатки заказных и эксклюзивных туров.
13. Факторы, влияющие на ценообразование в туризме.
14. Проектирование тура, какими законодательными документами оно определяется.
15. Программа обслуживания, ее характеристика.
16. Переговоры с поставщиками услуг.
17. Как нужно готовиться к договорной компании.
18. Что представляет собой договор и как он оформляется, необходимые приложения к договору туроператора с поставщиками услуг.
19. Система управления туризмом на современном этапе.
20. Система обеспечения кадрами в туристском бизнесе.
21. Турпакет и факторы, влияющие на его создание.
22. Понятие туристского продукта, его потребительские качества.
23. Основные характеристики въездного и выездного туризма.
24. Планирование в туроперейтинге.
25. Классификация транспортных путешествий и транспортных средств.
26. Понятие и особенности туристского рынка.
27. Факторы, формирующие цену тура.
28. Жизненный цикл туристского продукта.
29. Процесс принятия решений о покупке туруслуг.
30. Характеристика регионального рынка туристских услуг.
31. Классификация и типология туристских услуг.
32. Нормативно-правовое обеспечение туроператорской деятельности.
33. Элементы туристского рынка
34. Технологические этапы разработки тура.
35. Лицензирование туристской деятельности.
36. Факторы, оказывающие влияние на спрос в туризме.
37. Особенности программного туризма.
38. Маркетинговые коммуникации в сфере туризма.
39. Функции туроперейтинга.

40. Потребительские свойства турпродукта.
41. Классы туристского обслуживания их характеристика.
42. Технологическая документация тура.
43. Основные положения договоров с поставщиками туруслуг.
44. Информационный листок к туристской путевке.
45. Туристские формальности.
46. Каналы реализации турпродукта.
47. Порядок оформления агентского соглашения.
48. Информационный каталог туроператора.
49. Менеджмент обслуживания в туроперейтинге.
50. Принципы программного обслуживания.

Шкала и критерии оценивания

Промежуточная аттестация — *устный экзамен.*

Оценка РО и соответствующие виды оценочных средств	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Знания (виды оценочных средств: <i>устный опрос, практические работы</i>)	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
Умения (виды оценочных средств: <i>практические работы</i>)	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение
Навыки (владения, опыт деятельности) (виды оценочных средств: <i>практические работы</i>)	Отсутствие навыков	Наличие отдельных навыков	В целом, сформированные навыки (владения), но используемые не в активной форме	Сформированные навыки (владения), применяемые при решении задач

8. Ресурсное обеспечение:

- Перечень основной и дополнительной учебной литературы:

Основная литература:

1. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учебное пособие / Н.А. Агешкина. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 567 с.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: КНОРУС, 2019, - 460 с.
3. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 383 с.
4. Бизнес-планирование в туризме: учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К, 2021. – 310 с.
5. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 165 с.
6. Дурович, А. П. Организация туризма: учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск: РИПО, 2020. – 295 с.
7. Остроумов, О. В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность: учебно-методическое пособие / О. В. Остроумов; под. ред. Ю. С. Путрика. — Москва: Финансы и Статистика, 2021. — 128 с.

Дополнительная литература:

1. Географические карты и атласы.
2. Гостиничное дело: учебник // под ред. д. иск., проф. Н.М. Мышьяковой, к.культ., доц. С.Г. Шкуропат. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – 314 с
Международный туризм: учебник // под ред. А.Ю. Александровой, – М.: КНОРУС, 2015. – 592 с.
3. ГОСТ Р 50644 – 94 «Туристско-экскурсионное обслуживание» Требования по безопасности туристов и экскурсантов;
4. ГОСТ Р 51185 – 98 «Туристские услуги» Средства размещения Общие требования;
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. Москва: Инфра-М, 2017. - 320с.
6. Путеводители серии «Ле Пти Фюте», «Polyglott».
7. Таможенный кодекс Российской Федерации (редакция на 18.02.2006)
8. Туризм: практика, проблемы, перспективы (журнал).
9. Туристский бизнес (журнал)
10. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебное пособие / Чудновский А.Д., Жукова М.А. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с
11. Федеральный Закон от 24.1.1996 132 - ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 04.10.1996);
12. Экономика и организация туризма: международный туризм / под ред. И.А. Рябовой и др. – М. : КНОРУС, 2010.

- Перечень лицензионного программного обеспечения не требуется
- Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем не требуется
- Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 - Базы данных ЮНЕП ООН - www.unep.org.
 - Информационно-аналитический журнал «Турбизнес» www.tourbus.ru
 - Информационная база данных Федерального агентства по туризму <https://tourism.gov.ru/>
 - Информационная база данных Федеральной службы государственной статистики РФ <http://www.gks.ru/>
 - Информационные материалы Всемирной туристской организации www.unwto.org
 - Официальные сайты национальных и региональных туристских администраций, а также туристских компаний стран мира и РФ.
 - Российский союз туриндустрии www.rostourunion.ru
 - Статистическая база Всемирного Совета по туризму и путешествиям – www.wttc.org
 - Электронная газета Российского союза туриндустрии (РСТ) www.ratanews.ru
- Описание материально-технической базы
Учебная аудитория, ноутбук, мультимедийный проектор.

9. Язык преподавания: русский

10. Преподаватель (преподаватели): Ответственный за курс — Кружалин К.В., преподаватель: Кружалин К.В., к.г.н., доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.

11. Разработчики программы—Кружалин К.В., к.г.н., доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.