

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Горно-Алтайский государственный университет»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

для обучающихся по освоению дисциплины: **Технологии и организация выездного  
туризма**

Уровень основной образовательной программы: **бакалавриат**

Рекомендуется для направления подготовки **43.03.02 «Туризм»**  
профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Методические указания утверждены на заседании кафедры экономики, туризма и  
прикладной информатики 14 июня 2018 г., протокол № 11.

## 1. Методические указания по самостоятельной работе студента

Самостоятельная работа призвана способствовать развитию у студентов творческих навыков, инициативы, умению организовать свое время.

При выполнении плана самостоятельной работы студенту необходимо изучить теоретический материал, представленный в рекомендуемой литературе, творчески его переработать и представить его для отчета в форме, рекомендованной в приведенной ниже таблице.

Работа студента должна быть полной, раскрывающей уровень освоения студентом той или иной темы и грамотно оформленной, показывающей творческий и инициативный подход студента к выполнению задания.

Выполненные задания проверяются преподавателем и оцениваются в баллах.

Задания для самостоятельной работы выполняются студентом в письменном виде на стандартных листах формата А4.

### *Методические указания по подготовке конспектов*

При подготовке конспектов необходимо использовать различные способы конспектирования, особенности которых раскрываются ниже.

*Тезисы* — это кратко сформулированные основные мысли, положения изучаемого материала, которые лаконично выражают суть рассматриваемого текста, дают возможность раскрыть его содержание. Приступая к освоению записи в виде тезисов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает (если, конечно, это не библиотечная книга). Часто такой отбор облегчается шрифтовым выделением, сделанным в самом тексте.

*Линейно-последовательная запись текста.* При конспектировании линейно — последовательным способом целесообразно использование плакатно-оформительских средств, которые включают в себя следующие: сдвиг текста конспекта по горизонтали, по вертикали; выделение жирным (или другим) шрифтом особо значимых слов; использование различных цветов; подчеркивание; заключение в рамку главной информации.

*Способ «вопросов - ответов».* Он заключается в том, что, поделив страницу тетради пополам вертикальной чертой, конспектирующий в левой части страницы самостоятельно формулирует вопросы или проблемы, затронутые в данном тексте, а в правой части дает ответы на них. Одна из модификаций способа «вопросов - ответов» — таблица, где место вопроса занимает формулировка проблемы, поднятой автором (лектором), а место ответа - решение данной проблемы. Иногда в таблице могут появиться и дополнительные графы: например, «мое мнение» и т.п.

*Схема с фрагментами* — способ конспектирования, позволяющий ярче выявить структуру текста, — при этом фрагменты текста (опорные слова, словосочетания, пояснения всякого рода) в сочетании с графикой помогают созданию рационально-лаконичного конспекта.

*Простая схема* — способ конспектирования, близкий к схеме с фрагментами, объяснений к которой конспектирующий не пишет, но должен уметь давать их устно. Этот способ требует высокой квалификации конспектирующего. В противном случае такой конспект нельзя будет использовать. Наиболее распространенными являются схемы типа "генеалогическое дерево" и "паучок". В схеме "генеалогическое дерево" выделяют основные составляющие более сложного понятия, ключевые слова и т. п. и располагаются в последовательности "сверху - вниз" - от общего понятия к его частным составляющим. В схеме "паучок" записывается название темы или вопроса и заключается в овал, который составляет "тело паучка". Затем нужно продумать, какие из входящих в тему понятий являются основными и записать их в схеме так, что они образуют "ножки паука". Для того чтобы усилить его устойчивость, нужно присоединить к каждой "ножке" ключевые слова или фразы, которые служат опорой для памяти.

Действия при составлении конспекта - схемы могут быть такими: 1. Подберите факты для составления схемы. 2. Выделите среди них основные, общие понятия. 3. Определите ключевые слова, фразы, помогающие раскрыть суть основного понятия. 4. Сгруппируйте факты в логической последовательности. 5. Дайте название выделенным группам. 6. Заполните схему данными.

*Параллельный способ конспектирования.* Конспект оформляется на двух листах параллельно или один лист делится вертикальной чертой пополам и записи делаются в правой и в левой части

листа. Однако лучше использовать разные способы конспектирования для записи одного и того же материала.

*Комбинированный конспект* — вершина овладения рациональным конспектированием. При этом умело используются все перечисленные способы, сочетая их в одном конспекте (один из видов конспекта свободно перетекает в другой в зависимости от конспектируемого текста, от желания и умения конспектирующего). Именно при комбинированном конспекте более всего проявляется уровень подготовки и индивидуальность студента.

*Опорный конспект.* В опорном конспекте содержание информации "кодируется" с помощью сочетания графических символов, знаков, рисунков, ключевых слов, цифр и т. п.

*Методические указания по подготовке рефератов (докладов)*

Реферат — письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, представляющая собой краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание рефератуемого произведения излагается объективно от имени автора.

*Структура реферата:*

1. Титульный лист

2. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

3. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

4. Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

5. Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

6. Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

7. Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

*Требования, предъявляемые к оформлению реферата.*

Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

п\п	Темы	Часы	Формы отчетности	Сроки
1.	Организация деятельности туроператоров как субъектов рынка выездного туризма	12	1. Подготовка к семинарскому занятию. 2. Выполнить задания 1.* 3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) ** 4. Подготовить реферат (по выбору) *** 5. Подготовка к экзамену.	К семинарском у занятию № 1
2.	Особенности аутгоинга	12	1. Подготовка к семинарскому занятию.	К семинарском

			<p>2. Выполнить задания 2, 3.*  3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) **  4. Подготовить реферат (по выбору) ***  5. Подготовка к экзамену.</p>	у занятию №2
3.	Технологии организации сотрудничества аутгоинг-туроператора с теет-компаниями	12	<p>1. Подготовка к семинарскому занятию.  2. Выполнить задания 4, 5.*  3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) **  4. Подготовить реферат (по выбору) ***  5. Подготовка к экзамену.</p>	К семинарском у занятию №3
4.	Взаимодействие с организациями - поставщиками услуг при организации выездных туров	14	<p>1. Подготовка к семинарскому занятию.  2. Выполнить задания 6, 7.*  3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) **  4. Подготовить реферат (по выбору) ***  5. Подготовка к экзамену.</p>	К семинарском у занятию №4
5.	Технологии организации договорной деятельности с поставщиками транспортных услуг для выездного туризма	14	<p>1. Подготовка к семинарскому занятию.  2. Выполнить задания 8, 9.*  3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) **  4. Подготовить реферат (по выбору) ***  5. Подготовка к экзамену.</p>	К семинарском у занятию №5
6.	Правовое и финансовое обеспечение выездного туризма	14	<p>1. Подготовка к семинарскому занятию.  2. Выполнить задания 10, 11.*  3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) **  4. Подготовить реферат (по выбору) ***  5. Подготовка к экзамену.</p>	К семинарском у занятию №6
7.	Технология предреализационных процессов в сфере выездного туризма	12	<p>1. Подготовка к семинарскому занятию.  2. Выполнить задания 12, 13.*  3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) **  4. Подготовить реферат (по выбору) ***  5. Подготовка к экзамену.</p>	К семинарском у занятию №7
8.	Технология документационного обеспечения операторских и агентских услуг в сфере выездного туризма	12	<p>1. Подготовка к семинарскому занятию.  2. Выполнить задания 14, 15.*  3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) **  4. Подготовить реферат (по</p>	К семинарском у занятию №8

			выбору) *** 5. Подготовка к экзамену.	
9.	Технология разработки и проектирования туристского продукта при организации выездных туров	12	1. Подготовка к семинарскому занятию. 2. Выполнить задания 16, 17.* 3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) ** 4. Подготовить реферат (по выбору) *** 5. Подготовка к экзамену.	К семинарскому занятию №9
10.	Организация консульского обслуживания в процессе подготовки выездного тура	12	1. Подготовка к семинарскому занятию. 2. Выполнить задания 18.* 3. Составить конспект вопроса (по выбору 1 вопрос) ** 4. Подготовить реферат (по выбору) *** 5. Подготовка к экзамену.	К семинарскому занятию №10

\*см. Задания для самостоятельной работы

\*\* см. Вопросы для составления конспектов, схем-конспектов

\*\*\*см. Тематика рефератов

### **Практические задания для самостоятельной работы**

*Задание 1.* Попробуйте рассчитать оптимальное штатное расписание для:

- начинающей свой бизнес молодой турфирмы;
- крупного регионального аутгоинг-туроператора;
- крепкого, давно и успешно работающего аутгоинг-туроператора.

*Задание 2.* Какие документы необходимы для покупки тура по городам Европы?

Возможные направления поиска правильного ответа:

Изучите внимательно каталоги ведущих операторов России, специализирующихся на выездных турах («Интерс», «Дельфин», «Туртрансволж»), либо зайдите на сайты этих компаний. Список документов и образцы анкет для консульств этих стран всегда размещаются и в печатном, и в электронном вариантах.

*Задание 3.* На каких условиях аутгоинг-туроператор строит свои взаимоотношения с гостиничным предприятием?

*Задание 4.* Какие скидки может предложить поставщик туров туроператорам для увеличения объема продаж?

Возможные направления поиска правильного ответа:

- 1) Изучите особенности ценовой политики турфирм.
- 2) Называя каждый вид скидок, обоснуйте их экономическую целесообразность и социальную значимость для поставщика и туроператора.

*Задание 5.* Какие этапы включает процесс работы турфирмы с иностранными партнерами - поставщиками транспортных услуг?

Возможные направления поиска правильного ответа:

- 1) Проанализируйте, какие транспортные услуги входят в пакет туристских услуг?
- 2) Называя тот или иной этап, попробуйте обосновать его с точки зрения экономической и социальной целесообразности.

*Задание 6.* Потребители туристских услуг (в том числе, транспортных услуг) всегда находятся под влиянием определенных социально-экономических факторов. Перечислите основные из этих факторов применительно к условиям вашего города.

*Задание 7.* Представьте себя руководителем аутгоинг-туроператорской фирмы и ответьте на следующие вопросы:

1) Застрахована ли гражданская ответственность нашей фирмы за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта?

2) Включена ли наша фирма в реестр туроператоров, имеющих финансовое обеспечение?

3) Все ли требования к содержанию договора ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта соблюдены?

4) кто или что мешает нашей деятельности?

5) какие турпродукты мы будем проектировать и продавать в отдаленном и ближайшем будущем?

Развернутые ответы помогут вам определить основные направления развития туроператорской фирмы.

*Задание 8.* Анализируя внешнюю среду туристской фирмы, проранжируйте факторы макроокружения и непосредственного окружения (от наиболее важных к наименее важным с вашей точки зрения). Результаты занесите в таблицу и изобразите схематически. Сделайте вывод о наиболее целесообразном способе представления полученных материалов.

*Задание 9.* Воспользуйтесь каталогами известных российских или республиканских аутгоинг-операторов и дайте им оценку по следующим позициям: степень информативности, удобство пользования, достоверность информации, четкие условия сотрудничества с агентствами, качество иллюстраций.

*Задание 10.* Реферативный обзор периодической литературы. Проанализируйте публикации в периодических туристских изданиях и составьте сезонный рейтинг российских и зарубежных туров.

*Возможные направления поиска правильного ответа:*

- 1) Составьте библиографический список изданий туристской направленности.
- 2) Разработайте методику анализа и представления результатов вашего исследования.
- 3) Сделайте выводы о целесообразности зимнего и летнего отдыха на конкретных объектах туристской инфраструктуры. Для этого представьте себя туристом, а затем менеджером турфирмы. Сравните результаты.

*Задание 11.* Обоснуйте, какие случаи причинения ущерба клиенту относятся к договорному и недоговорному вреду, форс-мажорным обстоятельствам?

*Возможные направления поиска правильного ответа:*

- 1) Изучите соответствующие статьи Гражданского Кодекса РФ.
- 2) Ознакомьтесь с содержанием договоров с клиентами, доступными на сайтах туроператоров и в генеральных каталогах турфирм.

*Задание 12.* Укажите основные документы, необходимые для осуществления выездной туристской деятельности фирмы.

*Задание 13.* Перечислите операции, из которых состоит процесс заключения договора между турфирмой и клиентом для выезда за рубеж.

*Задание 14.* Изложите схему согласования цены пакета услуг с иностранными партнерами. Какие нюансы следует учитывать во время переговоров?

*Возможные направления поиска правильного ответа:*

- 1) Вспомните основные методы ценообразования в туризме.
- 2) Зайдите на сайты и информационные порталы туроператоров(cuda.ru; 1000 dorog; и т.п.) и сравните цены на аналогичные продукты у разных туроператоров.
- 3) Путем телефонного опроса сотрудников турфирм вашего города выявите различия в ценах на один и тот же задуманный вами тур, отель, курорт, экскурсии.

*Задание 15.* Опишите процедуру встречи и проводов туристов.

*Задание 16.* При выборе партнеров по сбыту турпродукта обычно выделяют несколько объективных критериев. Выделите и перечислите их, обоснуйте значимость.

*Задание 17.* Укажите, какое значение имеют Шенгенские соглашения для международного туризма и российских туристов?

*Задание 18.* Назовите основные параметры, учитываемые при планировании поездок российских туристов за рубеж.

### **Вопросы для составления конспекта, схем-конспектов**

1. Агентское соглашение: основные положения, требования, стандарты.
2. Специфика организации и проведения презентаций в туризме.
3. Групповые и индивидуальные туры: технология и особенности реализации.
4. Автомобильные перевозки в международном туризме.
5. Взаимодействие турагента и туроператора, бронирование туров.
6. Конкурентная политика турагентств.
7. Выставочная деятельность турагентства.
8. Разработка рекламно-информационного материала турагентства.
9. Взаимодействие турагентств с авиакомпаниями.
10. Взаимоотношения туристской фирмы с гостиницами, бронирование мест.
11. Процедура создания турагентства.
12. Особенности оформления визы для туристов, отправляющихся в... (страна на выбор).
13. Особенности деятельности инициативных и рецептивных турфирм.

### ***Тематика рефератов***

1. Международные конвенции регулирования выездного туризма.
2. Опыт Европы в создании единого туристского пространства (Шенгенское соглашение).
3. Санитарно-эпидемиологические правила в выездных путешествиях.
4. Сбытовые территории. Рыночная сегментация и другие объекты маркетингового исследования международного туристского рынка.
5. Выбор целей и стратегии выездного туризма
6. Современное состояние и тенденции развития выездного туризма в России.
7. Проблемы и перспективы развития выездного туризма в России.
8. Внешние факторы, влияющие на выездной туризм.
9. Австралия как перспективный регион развития выездного туризма.
10. Проблемы развития выездного туризма в 80-90-х годах прошлого века.
11. Международное сотрудничество в области выездного туризма.
12. Формирование сбытовой сети и подбор партнеров по сбыту в практике российских туроператоров.
13. Лидеры выездного туризма Российской Федерации.
14. Самодеятельный туризм как альтернатива коммерциализации туризма.
15. Перспективы развития агентской деятельности в Республике Алтай.
16. Перспективы развития аутгоинговых туроператорских фирм в Республике Алтай.
17. Анализ современного состояния аутгоинговой туроператорской деятельности в Республике Алтай.
18. Анализ современного состояния агентской деятельности в Республике Алтай.
19. Анализ современных тенденций выездного туристского рынка и перспективы его развития.
20. Анализ деятельности ведущих агентских сетей на современном туристском рынке.
21. Разработка памятки туристу (на примере любого туристского направления).

## **2. Глоссарий по курсу**

*Абсолютный флайтер* — туроператор, первым приобретающий по договору чартера воздушное судно полностью, т.е. обязующийся по согласованию с руководством

авиакомпания и наземными службами аэропорта полностью оплатить и осуществить полет под полную собственную ответственность.

*Аутгоинговый туроператор* – туроператор, который специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров

*Валовая выручка* – суммарная выручка предприятия от реализации продукции (работ, услуг), основных фондов, ценных бумаг и иного имущества; результат производственно-хозяйственной деятельности за определенный период.

*Инкаминговый туроператор* — туроператор по разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для иностранных граждан.

*Интенсивная стратегия* создания агентских сетей предполагает, что туроператор заинтересован в максимальном расширении своей агентской сети за счет региональных распространителей турпродуктов. Эта стратегия наиболее часто применяется при распространении дешевых групповых инклюзив-туров на массовых направлениях. Большое количество турагентов позволяет туроператору реализовывать много путевок, загружать отели и заказывать крупные чартерные программы.

*Качество продукции* – совокупность свойств продукции, обуславливающих способность продукции удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

*Конкурентоспособность продукции* – способность удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию (или потребление) данной продукции.

*Нон-флайтеры* — аутгоинговые туроператоры, форма работы которых не подразумевает фрахт воздушных судов ни на каких условиях.

*Организация* – форма объединения людей для их совместной деятельности в рамках определенной структуры.

*Относительный флайтер* — туроператор, объемы продаж и рыночные возможности которого не позволяют ему гарантировать «подъем» чартерного авиарейса собственными силами. Он консолидирует свои усилия в рамках пула, разделяя между собой салон самолета на блоки кресел.

*Персонал предприятия* – весь личный состав работников предприятия, включая постоянных и временных работников, квалифицированных и неквалифицированных работников.

*Предприятие* – это обособленный хозяйствующий субъект, использующий материальные и информационные ресурсы для производства пользующейся спросом продукции, выполнения работ и оказания услуг; обособленная система технологических, экономических, социальных отношений, выступающая в качестве производителя определенной продукции, услуг и работ. Оно самостоятельно осуществляет свою деятельность, распоряжается выпускаемой продукцией и прибылью, которая остается после уплаты налогов, других обязательных платежей.

*Планирование* – основа управления и сложный процесс установления целей и выработки решений с учетом внутренних и внешних факторов, в котором участвуют все управленческие звенья предприятия.

*Планирование туров* — этап циклической деятельности туроператора, в результате которого из неконкретизированного турпроекта формируется непосредственно сам тур как сопоставленная по времени, месту, последовательности, качеству и стоимости совокупность туристских услуг различных предприятий туристской инфраструктуры, готовый к продвижению его на туристском рынке.

*Презентативная форма* — высшая стадия развития туроперейтинга, характеризующаяся наличием у туроператора представительства на курорте (частного лица, отделения, филиала).



*Прибыль* – конечный финансовый результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия, показатель ее эффективности, источник средств для осуществления инвестиций, формирования специальных фондов, а также платежей в бюджет. Различают такие виды прибыли как: прибыль валовая, прибыль нераспределенная, прибыль, облагаемая налогом, прибыль от реализации продукции, прибыль чистая.

*Программа туристского обслуживания* — набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченного и распределенного по времени его проведения.

*Рентабельность* – эффективность, прибыльность, доходность деятельности предприятия. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Показатели рентабельности используют для сравнительной оценки эффективности работы отдельных предприятий и отраслей, выпускающих разные объемы и виды продукции. Эти показатели характеризуют полученную прибыль по отношению к затраченным производственным ресурсам. Наиболее часто используются такие показатели, как рентабельность продукции и рентабельность производства.

*Репрезентативная форма* сотрудничества аутгоингового туроператора с иностранным курортом заключается в доверении наземного обслуживания своих туристов иностранному партнеру — meet-компания (принимающей стороне, инкаминговому туроператору).

*Себестоимость продукции* – выраженная в денежной форме сумма затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг).

*Селективная стратегия* создания агентских сетей предполагает тщательный выбор туроператором потенциальных турагентов, которые проходят своеобразный конкурс. Такую стратегию применяют туроператоры, занимающиеся реализацией индивидуальных или заказных туров. Эти туры требуют знания всех туристских формальностей и уважительного отношения к потребителям. Такая работа доверяется только лучшим турагентам.

*Тур железнодорожный* — путешествие организованных туристов с использованием железнодорожного транспорта.

*Турагентом* — субъект предпринимательской деятельности — юридическое или физическое лицо, занимающееся продвижением (реклама и продажа) разработанного туроператором туристского продукта.

*Туроператор* — субъект предпринимательской деятельности (юридическое лицо) и туристского рынка, активно осуществляющий (на основании федерального законодательства о финансовом обеспечении и ассоциации туроператоров) деятельность по формированию, продвижению и реализации турпродукта с коммерческими целями как от своего имени, так и от имени своих турагентов.

*Турпроект* — неконкретизированное представление о будущей туристской программе.

*Уставный капитал* – сумма средств, предоставленных учредителями для осуществления предприятием хозяйственной деятельности.

*Фирма* - юридически самостоятельная предпринимательская единица – от крупного концерна до небольшой компании. Современная фирма обычно включает в себя несколько предприятий. Если же фирма состоит из одного предприятия, оба термина совпадают, поскольку и предприятие и фирма обозначают один и тот же объект экономической деятельности. Фирма по отношению к входящим в ее состав производственным единицам является органом предпринимательского управления. Обычно именно фирма выступает как хозяйственный субъект на рынке, осуществляет ценовую политику, ведет конкурентную борьбу, участвует в распределении прибыли, определяет темпы и направления НТП.

*Флайтер* — аутгоинговый туроператор — активный фрахтователь воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям.

*Франчайзинг* — форма передачи крупной, обычно успешно функционирующей фирмой прав на использование своей торговой марки, технологии ведения бизнеса другой фирме, обычно малому предприятию, а иногда и индивидуальному предпринимателю.

*Хозяйственные товарищества и общества* — коммерческие организации с разделенным на доли учредителей уставным капиталом. Хозяйственное общество может быть создано и одним лицом. Хозяйственные товарищества создаются в форме полного товарищества и товарищества на вере. Хозяйственные общества создаются в форме общества с ограниченной ответственностью (ООО), общества с дополнительной ответственностью и акционерного общества.

*Цена* — денежное выражение стоимости товара.

*Чистая прибыль* — часть прибыли предприятия, остающаяся в его распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей.

*Экономический эффект* — достигаемый результат в его натуральном, стоимостном, социальном выражении в абсолютных единицах. Он может быть как положительным, так и отрицательным.

*Экономическая эффективность* — относительный показатель результативности, определяется как отношение эффекта (результата) к затратам (расходам), обеспечившим его получение.

*Эксклюзивная стратегия* создания агентских сетей — выбор одного агента для реализации продукта-новинки, тура «с изюминкой», которые будут весьма перспективны в будущем. Такая стратегия применяется для поощрения наиболее продуктивно работающих турагентов.

*Юридическое лицо* — организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

### 3. Методические указания по курсовой работе

#### 1. Общие положения

Написание курсовых работ является необходимым элементом учебного процесса при подготовке студентов по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

В соответствии с Положением о курсовой работе, утвержденным Ученым советом ГАГУ (с изменениями от 31 марта 2016 г.) (далее Положение о курсовой работе), **курсовая работа** (проект) - самостоятельная учебная работа, имеющая целью развитие у студентов навыков самостоятельной творческой деятельности, овладение методами современных научных исследований, углубленное изучение вопроса, темы, раздела учебной дисциплины.

Исходя из данного определения, основной **целью** выполнения курсовой работы является развитие у студентов творческих способностей, овладение методами современных научных исследований, формирование умений анализировать и критически оценивать исследуемый научный и практический материал, умений формулировать выводы, развитие навыков самостоятельной работы, связанной с поиском, систематизацией и обобщением научной и учебной литературы, нормативно-правовых документов по рассматриваемой теме (проблеме).

В соответствии с Положением о курсовой работе задачи курсовой работы (проекта):

- систематизация научных знаний;
- углубление уровня и расширение объема профессионально значимых знаний, умений и навыков;

- формирование умений и навыков самостоятельной организации научно-исследовательской работы;
- выявление и умение анализировать конкретные факты, обобщать их и делать обоснованные выводы;
- овладение современными методами поиска, обработки и использования информации.

**Требования** к курсовой работе:

- четкость формулирования проблемы и исследуемых вопросов;
- полнота обоснования актуальности рассматриваемой проблемы, полнота изложения степени изученности проблемы и ее современного состояния;
- обязательное содержание практической части (обработка и анализ статистических данных, разработка проекта, оценка эффективности предложенных мероприятий и др.);
- самостоятельность в творческой переработке теоретического и практического материала на основе грамотного применения понятийного и методологического аппарата;
- аргументированность и обоснованность выводов по результатам исследования;
- целостное, логически последовательное, четкое и ясное изложение материала;
- оформление в соответствии с предъявляемыми требованиями (см. Положение о курсовой работе, см.сайт <http://www.gasu.ru> ).

Рекомендуется курсовую работу строить как часть выпускной квалификационной работы.

Отдельные положения курсовой работы могут быть рекомендованы преподавателем или комиссией кафедры для доклада на научно-студенческой конференции.

## **2. Этапы выполнения курсовой работы**

Процесс выполнения, оформления и защиты курсовой работы состоит из следующих этапов:

1. Выбор и утверждение темы.
2. Определение научно-методологических основ курсовой работы (предмета и объекта исследования, цели и задач курсовой работы, понятийного аппарата, методов исследования).
2. Составление библиографии по теме курсовой работы.
3. Разработка содержания (плана) курсовой работы.
4. Сбор, анализ, обобщение теоретического материала по теме курсовой работы. Систематизация теоретического материала.
5. Проведение практических исследований, обработка и анализ полученных данных.
6. Формулирование основных теоретических положений, практических выводов и рекомендаций.
7. Написание текста и оформление курсовой работы.
8. Сдача первого варианта текста курсовой работы научному руководителю.
9. Доработка курсовой работы по замечаниям научного руководителя и написание последнего (окончательного) варианта текста курсовой работы.
10. Сдача окончательно доработанного и оформленного текста курсовой работы с отзывом и оценкой от научного руководителя, на кафедру.
11. Подготовка к защите и защита курсовой работы.

**Выбор и утверждение темы.** Примерная тематика курсовых работ разрабатывается и утверждается кафедрой на основании требований к подготовке бакалавра с учетом особенностей направления подготовки, профиля, и содержания дисциплин учебного плана.

Студент определяет тему курсовой работы (проекта) в соответствии с перечнем тем, утвержденным кафедрой, а также руководствуясь своими научными интересами и

склонностями, в рамках предложенного круга тем. Тема курсовой работы (проекта) дается одному студенту учебной группы.

Для правильного выбора темы студент консультируется с руководителем, который поможет определить тему, поставить цели и задачи курсовой работы (проекта), даст советы по методике выполнения курсовой работы (проекта). Студент вправе предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее исследования.

При выборе темы студент должен учитывать ее актуальность, познавательный интерес к ней, возможность последующего более глубокого исследования проблемы (написание выпускной квалификационной работы).

**Ответственность** за принятые в работе решения, качество исполнения **несет автор работы - студент.**

Руководитель курсовой работы осуществляет следующие функции:

- оказывает помощь в выборе темы курсовой работы;
- на основе предоставленных студентом вариантов ставит перед студентом задачи;
- проводит консультации в течение семестра;
- принимает выполненные этапы курсовой работы, обеспечивая ритмичность работы, своевременность завершения ее этапов;
- проверяет окончательный вариант курсовой работы и пишет на нее отзыв;
- по согласованию с заведующим кафедрой организует защиту курсовой работы.

В соответствии с Положением о курсовой работе по представлению заведующего кафедрой, ведущей дисциплины, по которым предусмотрены курсовые работы (проекты), деканаты соответствующих факультетов оформляют проект приказа на распределение студентам тем и руководителей курсовых работ (проектов). Приказ утверждается проректором по учебной работе.

При подготовке курсовых работ (проектов) кафедры проводят как индивидуальные, так и групповые консультации.

### **3. Структура курсовой работы**

Составление структуры курсовой работы - важный этап, от которого зависит четкость и логика всего раскрытия темы.

Выделяют следующие структурные элементы курсовой работы:

1. Титульный лист
2. Содержание (план)
3. Введение
4. Основная часть
5. Заключение
6. Список используемых источников и литературы
7. Приложения (при необходимости).

#### ***Титульный лист***

На титульном листе необходимо указать: наименование министерства, университета, факультета, кафедры, тему курсовой работы, фамилию, имя, отчество автора, фамилию, инициалы и ученую степень (звание) научного руководителя, год и место выполнения. Образец титульного листа курсовой работы приведен в Приложении 1.

#### ***Содержание***

Содержание представляет собой составленный в последовательном порядке список всех заголовков разделов и подразделов курсовой работы с указанием страниц, на которых соответствующий раздел (подраздел) начинается. Образец содержания курсовой работы приведен в приложении 2.

#### ***Введение***

Во введении курсовой работы должно быть отражено:

- актуальность темы в современных условиях;
- степень разработанности проблемы;
- цель курсовой работы и задачи, решение которых необходимо для достижения поставленной цели;
- описание объекта и предмета исследования;
- используемые методы исследования;
- информационная база исследования;
- теоретическое и практическое значение проведенных исследований;
- краткое описание структуры курсовой работы.

Объем введения не должен превышать 2-3 страницы печатного текста.

Важным моментом во введении курсовой работы является определение цели и задач.

Цель курсовой работы должна соответствовать теме работы.

### **3.1 Общие требования к содержанию отдельных частей курсовой работы**

**ВВЕДЕНИЕ.** В этой части работы отражается актуальность выбранной темы, ее теоретическая и практическая значимость, формулируются цели и задачи работы, приводятся ее основные положения. Здесь же указывается последовательность изложения материала.

*Определение научно-методологических основ курсовой работы* предполагает определение объекта, предмета исследования, цели и задач курсовой работы, понятийного аппарата, методов исследования и др.

*Объект исследования* - это то, что исследуется: объект или явление, порождающее проблемную ситуацию. Объектом исследования курсовой работы по туризму может быть деятельность отдельных туристских предприятий (туристических агентств, туристических баз, гостиниц, экскурсионных бюро и др.), отдельные бизнес-процессы туристских предприятий.

*Предмет исследования* – это то, что в границах научного объекта получает научное объяснение.

*Цель исследования* – это результат, для достижения которого проводится исследование.

*Задачами исследования* являются его этапы, исполнение которых способствует реализации цели курсовой работы.

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.** В данной части курсовой работы приводятся теоретические основы изучаемой темы. Излагаемый материал должен иметь непосредственное отношение к выбранной теме исследования и в обязательном порядке содержать ссылки на используемые источники.

Теоретическая часть курсовой работы основывается на литературных и других информационных источниках. Не допускается использование в тексте большого количества вводных слов, газетных клише, рекламных слоганов, профессионального сленга, что часто бывает при использовании материалов из популярных журналов и сети Интернет. Кроме того, не допускаются сокращения слов, вопросительные и восклицательные предложения, часто встречающиеся в таких источниках, как путеводители, рекламные буклеты и т.п.

Заканчивается теоретическая часть работы небольшими выводами (1-2 абзаца), в которых дается качественная оценка материала, изложенного в этой части работы.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.** Практическая часть курсовой работы предполагает проведение исследования по конкретной проблеме. При этом сама проблема может иметь одинаковую формулировку для нескольких студентов, но выполняется либо по конкретным предприятиям, либо по конкретным странам и видам туризма.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ** по курсовой работе представляет собой отражение основных результатов, полученных студентом в работе. Формулировка общих выводов в

заключении предполагает *качественную оценку проведенной работы*, при этом по форме текста и отчасти по содержанию не целесообразно использовать повтор изложенного до этого в работе материала.

### **3.2 Тематика курсовых работ по дисциплине «Технология выездного туризма»**

1. Организация и технология экскурсионно-познавательного выездного туризма в страну.
  2. Организация и технология пляжного выездного туризма в страну.
  3. Организация и технология лечебно-оздоровительного выездного туризма в страну.
  4. Организация и технология спортивного выездного туризма в страну.
  5. Организация и технология экологического выездного туризма в страну.
  6. Организация и технология религиозного выездного туризма в страну.
  7. Организация и технология делового выездного туризма в страну.
  8. Организация и технология образовательного выездного туризма в страну.
  9. Организация и технология гастрономического выездного туризма в страну.
  10. Организация и технология тематического выездного туризма в страну.
  11. Организация и технология событийного выездного туризма в страну.
  12. Организация и технология речных зарубежных круизов (на примере маршрута).
  13. Организация и технология морских зарубежных круизов (на примере маршрута).
  14. Организация и технология этнографического выездного туризма в страну.
  15. Организация и технология комбинированного пляжно-экскурсионного выездного туризма в страну.
  16. Организация и технология семейного выездного туризма (на примере страны).
  17. Организация и технология детского и молодежного выездного туризма (на примере страны).
  18. Технология формирования и продвижения нового выездного туристского продукта в страну.
  19. Технология сотрудничества выездных туроператоров и зарубежных meet-компаний (на примере страны).
  20. Особенности организации анимационных программ в рамках выездных туров (на примере страны).
  21. Особенности организации и предоставления дополнительных услуг в рамках выездных туров (на примере страны).
  22. Особенности организации железнодорожных перевозок туристов в рамках выездных туров (на примере страны).
  23. Особенности организации автоперевозок туристов в выездных турах (на примере страны).
  24. Технология организации международных авиаперевозок из РФ (на примере страны).
  25. Технология организации перевозок туристов водным транспортом в рамках выездных туров (на примере страны).
  26. Сравнительный анализ деятельности ведущих туроператоров по выездному туризму (на примере предприятий).
  27. Особенности продвижения выездного турпродукта (на примере предприятия).
- Страна в рамках конкретной темы курсовой работы выбирается студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем.

#### **Примерное содержание теоретической части по некоторым темам курсовой работы**

- 1) Тема: Организация и технология экскурсионно-познавательного выездного туризма в страну.

- 1.1 Основные понятия и особенности экскурсионно-познавательного туризма
- 1.2 Классификация и краткая характеристика экскурсионно-познавательных туров
- 1.3 Схемы сотрудничества с поставщиками услуг при организации экскурсионно-познавательных туров
- 1.4 Документационное обеспечение экскурсионно-познавательных туров
  - 2) Тема: Технология разработки нового выездного туристского продукта в страну.
    - 1.1 Туристский продукт: сущность и виды
    - 1.2 Основные этапы разработки выездного туристского продукта
    - 1.3 Технология сотрудничества с поставщиками услуг
    - 1.4 Современные тенденции развития выездного туризма в страну
    - 1.5 Комплексная характеристика туристской дестинации и национального турпродукта
  - 3) Тема: Технология сотрудничества выездных туроператоров и зарубежных meet-компаний (на примере страны).
    - 1.1 Особенности организации выездного туроперейтинга
    - 1.2 Характеристика основных схем сотрудничества туроператоров и зарубежных meet-компаний
    - 1.3 Система договорных взаимоотношений российских туроператоров и зарубежных meet-компаний
  - 4) Тема: Особенности организации и предоставления дополнительных услуг в рамках выездных туров (на примере страны).
    - 1.1 Сущность туристского продукта: определения, составляющие. ГОСТ Р50690-2000 Туристские услуги (общие требования)
    - 1.2 Особенности организации выездного туроперейтинга
    - 1.3 Сущность понятий «основные» и «дополнительные» услуги. Характеристика понятия «дополнительные услуги» для различных видов туризма (экскурсионно-познавательного, спортивного и т.д.)
  - 5) Тема: Особенности организации международных авиаперевозок из РФ (на примере страны).
    - 1.1 Правовые основы международных авиаперевозок из РФ
    - 1.2 Классификация международных воздушных перевозок: регулярные и чартерные авиарейсы
    - 1.3 Роль авиаперевозок в развитии выездного туризма из РФ. Основные мировые и российские авиакомпании – участники рынка выездного туризма
    - 1.4 Характеристика основных схем сотрудничества туроператоров и авиакомпаний
  - 6) Тема: Сравнительный анализ деятельности ведущих туроператоров по выездному туризму (на примере предприятий).
    - 1.1 Характеристика основных субъектов и объектов туристического рынка
    - 1.2 Типы и виды туризма: классификация и содержание
    - 1.3 Особенности выездного туроперейтинга. Профиль работы туроператора
    - 1.4 Анализ деятельности основных туроператоров на рынке выездного туризма в РФ
  - 7) Тема: Особенности продвижения выездного турпродукта (на примере предприятия).
    - 1.1 Сущность выездного туристского продукта: определения, составляющие
    - 1.2 Особенности выездного туроперейтинга
    - 1.3. Основные методы продвижения турпродукта на рынок
    - 1.4 Анализ рынка выездного туризма в РФ
    - 1.5 Характеристика деятельности предприятия.

При написании теоретической части курсовой работы рекомендуется использовать графический способ подачи материала, в частности, рисунки, таблицы, диаграммы, например:

Тематических направлений множество. Проанализировав рыночное предложение и спрос на данные туристские программы, автором было предложено следующее разделение всей тематической составляющей. Ниже, на рисунке 1 представлены примеры наиболее популярных тематических предложений, присутствующих на российском рынке туристских услуг.

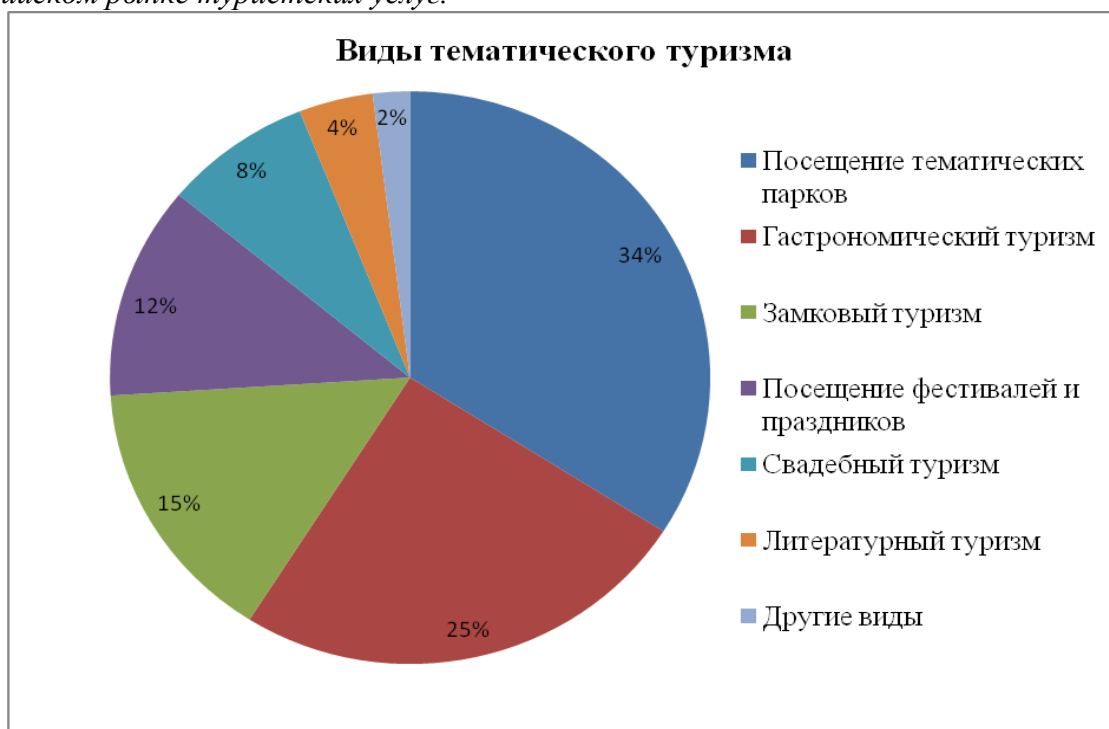


Рисунок 1 – Виды тематического туризма (в %)

## ГЛАВА 2. Практическая часть.

Основной задачей практической части курсовой работы является анализ состояния проблемы исследования. Проблема исследования может рассматриваться на базе как предприятия или организации, так и страны.

Этот раздел должен основываться на теоретическом материале, собранном в Главе 1, который необходимо рассмотреть применительно к конкретному предприятию, виду туризма, стране, маршруту.

Выполнение практической части курсовой работы требует сбора и анализа **конкретного фактического материала**.

Услуги должны быть охарактеризованы с приведением их стоимости, указанием авиакомпаний, конкретных отелей, времени в пути, примерных расстояний между основными туристскими центрами и т.п. Некоторые данные, например, стоимость или расстояния, целесообразно представить в виде таблиц, различного рода сравнительные характеристики могут быть представлены в виде рисунков и диаграмм. Весь фактографический материал должен иметь ссылки на источники с точным указанием адреса и времени посещения электронного ресурса.

Рекомендуемый объем практической части – 12-18 страниц.

### Примерное содержание практической части курсовой работы

2.1 Технологии сотрудничества с поставщиками услуг при организации вида туризма в стране

В данном разделе курсовой работы необходимо указать:

Технологии сотрудничества российских туроператоров с принимающими компаниями (meet-компаниями) в стране:



- указать и кратко охарактеризовать основные принимающие компании в выбранной стране по выбранному виду туризма;
- указать основные элементы преддоговорной работы между российским и зарубежным партнерами (поиск и выбор партнеров, переговоры, деловая переписка, договорной план);
- охарактеризовать схемы сотрудничества с принимающими компаниями в стране по конкретному виду туризма (работа по разовым заявкам, работа на условиях квотирования, туристический кредит);
- охарактеризовать организацию делопроизводства, договорную работу и документацию.

#### Технологии сотрудничества со средствами размещения:

- указать и кратко охарактеризовать средства размещения, предлагаемые в выбранном виде туризма, привести стоимость услуг в конкретных средствах размещения;
- указать схемы сотрудничества туроператоров и владельцев средств размещения в стране по выбранному виду туризма.

Следует отметить, что унифицированных схем сотрудничества туроператоров и владельцев различных средств размещения не существует, так как стратегия и стиль работы во многом зависят от субъективных факторов, основываются на имеющихся представлениях сторон о возможностях друг друга, на репутации и имидже потенциальных партнеров. «Классические» схемы сотрудничества средств размещения и турфирм предполагают предоставление последним специальных цен на номера, скидок в «низкий» сезон и бонусов по итогам работы. Каждое средство размещения использует свои варианты партнерских схем. В большинстве случаев спеццены для турфирм напрямую зависят от объемов продаж, а также сроков бронирования.

Можно выделить следующие схемы сотрудничества туроператоров и владельцев отелей:

- аренда отеля;
- покупка блока мест («жесткий» и «мягкий» блок);
- работа на условиях безотзывного бронирования;
- разовые заявки на условиях стандартной комиссии;
- работа на условиях повышенной комиссии;
- работа на условиях приоритетного бронирования.

#### Технологии сотрудничества с транспортными компаниями:

- указать способы транспортировки туристов в выбранную страну;
- указать конкретные транспортные компании (авиакомпании, автотранспортные компании и т.д.), осуществляющие данные перевозки;
- указать маршруты, аэропорты (вокзалы) вылета (выезда) и прибытия, время в пути и стоимость перевозок;
- указать автотранспортные компании, осуществляющие трансферные перевозки в выбранной стране, а также примерное время и стоимость данных перевозок;
- указать основные виды договоров с транспортными компаниями, условия сотрудничества (сроки и условия аренды, тарифы, обязательства сторон и др.), применяемые при использовании конкретных видов транспорта.

#### Технологии сотрудничества с предприятиями питания:

- указать типы предприятий питания (рестораны, кафе, закусочные и т.д.), задействованных при организации выбранного вида туризма в стране;
- указать вид («только завтрак», «полупансион», «полный пансион» и т.д.) и форму («шведский стол», «а-ля-карт» и др.) обслуживания туристов питанием;
- указать примерные цены на различные рационы питания (завтрак, обед, ужин) в выбранной стране.

- выявить возможные условия заключения договоров с различными предприятиями питания, условия оплаты, тарифы, меню, количество мест и т.д.

Технологии сотрудничества со страховыми компаниями:

- указать страховые компании, осуществляющие страхование туристов в выбранной стране;
- указать предлагаемые страховые программы (медицинское страхование, страхование от невыезда и др.);
- указать коэффициент страхования и сумму страхового покрытия;
- указать основные условия страховых договоров.

Технологии сотрудничества с Посольствами и Консульствами страны (для визовых стран):

- указать условия аккредитации турфирм при Посольстве данной страны;
- указать виды выдаваемых виз;
- указать необходимый пакет документов и стоимость виз в выбранную страну.

Технологии сотрудничества с другими поставщиками услуг. Экскурсионно-познавательный туризм.

К дополнительным поставщикам услуг могут относиться музеи, галереи, экскурсионные бюро, национальные парки, заповедники, театры, мастерские народных художественных ремесел и промыслов и др.

Экологический туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться национальные парки, заповедники, заказники и др.

Спортивный туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться спортивные клубы, спортивные школы, компании аренды и проката спортивного инвентаря и снаряжения, национальные парки, заповедники.

Лечебно-оздоровительный туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться клиники, санатории, лечебницы, здравницы, больницы, SPA-центры, экскурсионные бюро.

Религиозный туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться паломнические службы, экскурсионные бюро, музеи, монастыри, религиозные организации.

Деловой туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться выставочные и конгресс - центры, организаторы выставок, ярмарок, семинаров, поставщики специального технического оборудования.

Гастрономический туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться винодельческие хозяйства, пивоваренные заводы, шоколадные фабрики и т.п.

Тематический туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться тематические развлекательные парки, музеи, экскурсионные бюро и др.

Образовательный туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться образовательные учреждения (школы, колледжи, университеты), центры дополнительного образования, языковые школы и т.п.

Этнографический туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться музеи, этнографические деревни и комплексы, мастерские народных ремесел и промыслов, национальные парки.

Пляжный, детский и семейный туризм. К дополнительным поставщикам услуг могут относиться тематические развлекательные парки, аквапарки, зоопарки, дельфинарии, национальные парки, музеи и др.

В данном разделе работы необходимо указать:

- конкретных дополнительных поставщиков услуг в выбранном виде туризма в стране;
- виды и программы предлагаемых ими услуг, условия их предоставления;

- стоимость предлагаемых ими услуг.

При сотрудничестве с любым поставщиком услуг обязательным является подписание договора. В этой связи необходимо определить тип договора, основные условия сотрудничества, в том числе права и обязанности сторон.

## 2.2 Технологии продвижения турпродукта (по выбранному виду туризма) в страну

В данном разделе работы необходимо указать наиболее эффективные способы продвижения турпродукта (по конкретному виду туризма) в выбранную страну, к числу которых могут относиться:

- работа с агентствами;
- реклама (в периодических изданиях, на радио и телевидении, в сети Интернет, печатная рекламная продукция (каталоги, проспекты, брошюры и др.), наружная реклама, реклама на транспорте);
- PR-акции (сообщения в прессе, теле- и радиопередачи, спонсорство, благотворительность, корпоративные мероприятия, презентации, участие в туристических выставках);
- стимулирование потребителей (дисконтные карты, подарки и сувениры с фирменной символикой, сезонные скидки и специальные предложения, ведение специальной базы данных постоянных клиентов и др.).

## 2.3 Технологии организации информационной поддержки

В данном разделе курсовой работы необходимо охарактеризовать:

- организацию и особенности рекламных и fam-туров в страну (по выбранному виду туризма) для турагентств – партнеров туроператора;
- организацию и особенности информационной поддержки туристов в стране пребывания (информирование клиентов: обязательная и дополнительная информация о стране и виде туризма, туристские памятки, «горячие линии» поддержки туристов).

Как отмечалось выше, некоторые данные целесообразно представить в виде таблиц, различного рода сравнительные характеристики могут быть представлены в виде рисунков и диаграмм, например:

*Ниже, в таблице 2 представлены популярные в Черногории средства размещения и их количество от общего числа.*

Таблица 2 – Популярные средства размещения в Черногории

Средства размещения	Количество койко-мест	% от общего количества
Отели	30651	25.5
Мотели	147	0.1
Апартаменты	131	0.1
Апарт-отели	746	0.6
Туристические деревни	9235	7.7
Пансионаты	854	0.7
Кемпинги	10118	8.4
Дома отдыха, санатории	13214	11.0
Индивидуальные средства размещения / частные квартиры	55174	45.9
Всего:	120270	100.0

Или:

*Как отмечалось выше, на сегодняшний день приоритетным направлением гостиничной индустрии страны является строительство отелей высокой категории (4-*

5\*), которых в Черногории явно не хватает (См. ниже рисунок 2), в то время как спрос на данные средства размещения увеличивается.

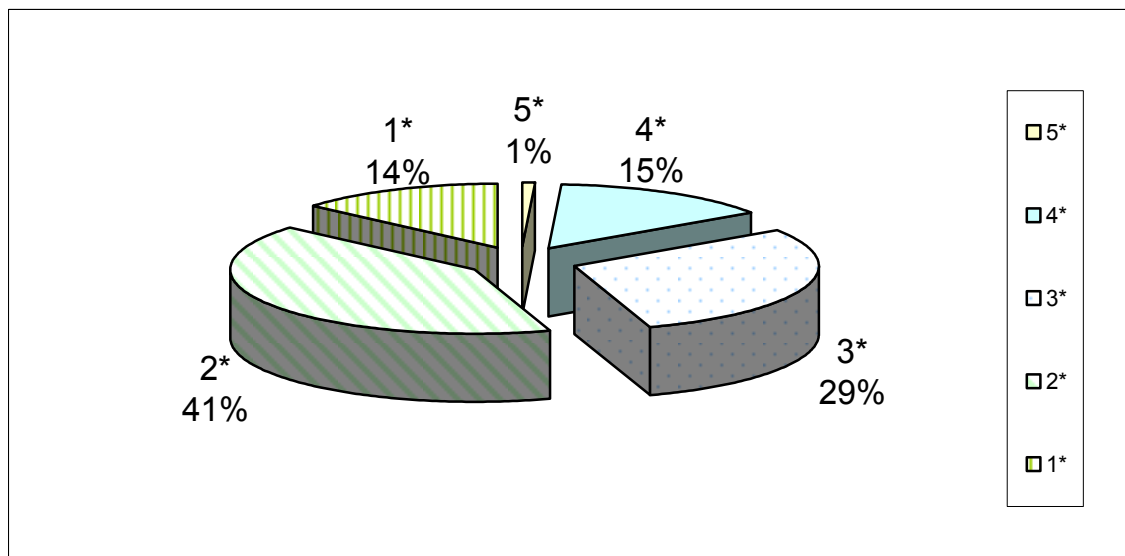


Рисунок 2 – Соотношение отелей различной категории в Черногории (в %)

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Данная часть курсовой работы должна содержать выводы и практические рекомендации по организации выездного туризма в соответствии с темой работы. Также здесь можно указать общие тенденции и перспективы развития вида туризма (в соответствии с темой) в изучаемой стране. Формулировка общих выводов в заключении предполагает анализ и качественную оценку проведенной работы.

Рекомендуемый объем заключения –1-2 страницы.

В разделе «**Библиографический список**» требуется перечислить источники, которыми пользовался студент при написании курсовой работы. Это могут быть учебники, справочники, журнальные и газетные статьи, сайты Интернета, путеводители, документы законодательного и правового характера, сборники научных статей, учебные пособия, рекламные проспекты, отчёты туристских фирм и т.п. На каждый источник обязательно должна быть ссылка в тексте.

Раздел «**Приложение**» может содержать любой иллюстративный материал, изображения любых объектов, каталоги фирм и компаний, программы туров, картосхемы маршрутов и другие необходимые, по мнению автора работы, материалы. На каждое из приложений обязательно должна быть ссылка в тексте (например: См. Приложение 1, См. Приложение 2 и т.п.).

#### 4. Стиль изложения текста курсовой работы.

Курсовая работа должна быть выдержана в научном стиле, для которого характерно использование конструкций, исключающих употребление местоимения первого лица единственного и множественного числа, местоимений второго лица единственного числа. В научном стиле предполагается использовать:

- неопределенно-личные предложения (например: «Для выявления связи между показателями используют следующие методы ...»);
- формы изложения от третьего лица (например: «Автор считает...»);
- предложения со страдательным залогом (например: «Разработан комплекс мероприятий по повышению эффективности деятельности туристского предприятия»).

В научном тексте не следует использовать разговорную лексику, нужно использовать терминологические названия.

В научном тексте для обеспечения логической последовательности изложения, связности текста, смысловой законченности используются специальные слова и словосочетания. Например, для последовательности изложения мыслей можно использовать следующие слова и словосочетания: *вначале; прежде всего; затем; во-*

*первых, во-вторых; значит; итак.* Переход от одной мысли к другой можно выразить такими словами и словосочетаниями как: *прежде чем перейти к ..., обратимся к ...; рассмотрим; остановимся на ...; рассмотрим..., перейдем к ...; необходимо остановиться на ...; необходимо рассмотреть ...* Противоречивые отношения, а также причинно-следственные отношения можно выразить словами и словосочетаниями: *однако; между тем ...; в то время как...; тем не менее; следовательно; поэтому; благодаря этому; вследствие этого; отсюда следует, что.* Свое отношение к излагаемому материалу можно обозначить словами и словосочетаниями: *конечно; разумеется; действительно; видимо; надо полагать; возможно; вероятно; по сообщению; по сведениям ...; по мнению...; по данным.* Для подведения итогов, формулировки выводов используются словосочетания: *таким образом; в заключение отметим; все сказанное позволяет сделать вывод; подведя итоги.*

Главы основной части работы должны иметь логическую взаимосвязь. В конце каждого параграфа следует формулировать выводы (1-2 абзаца). Выводы должны логически завершать проведенные рассуждения, быть краткими, конкретными и вытекать из изложенного материала.

В курсовой работе должны применяться научно-технические термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами, а при их отсутствии - общепринятые в научно-технической литературе. Если в работе принята специфическая терминология, то в конце её (перед списком литературы) должен быть перечень принятых терминов с соответствующими разъяснениями, который включают в содержание работы.

## **5. Общие требования к оформлению курсовой работы**

Текст курсовой работы должен быть набран на компьютере и напечатан на одной стороне листа белой бумаги размера А4 через полтора межстрочных интервала, размер шрифта 14 пт (Times New Roman).

В курсовой работе не должно быть грамматических, пунктуационных, стилистических ошибок. Текст курсовой работы должен быть оформлен с соблюдением всех правил техники цитирования, библиографических справок и т. д. Названия учреждений, организаций, фирм, названия изделий и другие собственные имена, а также фамилии приводятся на языке оригинала.

На втором листе курсовой работы помещают содержание, включающее номера и наименования разделов и подразделов с указанием номеров листов (страниц).

*Страницы курсовой работы* следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номера присваиваются всем страницам, начиная с титульного листа до последней страницы, без пропусков и повторений. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, но номер на титульном листе не ставят. Нумерация страниц проставляется со второй страницы.

Количество *иллюстраций* должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста курсовой работы.

Более подробные и актуальные правила оформления представлены в Положении о курсовой работе, а также на сайте университета <http://www.gasu.ru>.

## **6. Защита курсовой работы**

Курсовая работа представляется на проверку в сроки, установленные учебным планом.

Последний (доработанный после замечаний научного руководителя) вариант курсовой работы сдается студентом с предварительной регистрацией у лаборанта кафедры. Срок сдачи и защиты курсовой работы устанавливается графиком учебного процесса. Законченная курсовая работа (проект) за неделю до защиты представляется

студентом руководителю, который решает вопрос о допуске студента к защите курсовой работы (проекта). Руководителем курсовой работы (проекта) оформляется отзыв о выполненной студентом работе.

Защита курсовой работы проводится в виде публичного выступления студента (5-7 минут), как правило, перед комиссией, состоящей из преподавателей кафедры.

На защиту студент должен подготовить доклад по своей работе, в котором должен в краткой форме:

- обосновать актуальность темы, ее практическую значимость, причины ее выбора;
- определить цель и задачи работы, предмет и объект исследования;
- обобщить результаты, полученные в работе;
- аргументировать предложения и рекомендации, приведенные в курсовой работе.

В докладе студенту особое внимание нужно уделить выводам и предложениям, которые и составляют предмет защиты, не рекомендуется излишнее внимание уделять изложению общеизвестных положений, теоретических материалов, высказываний декларативного характера. Доклад может сопровождаться электронной презентацией основных положений работы, в том числе представленных в виде таблиц, графиков, диаграмм, схем.

Во время защиты студент вправе пользоваться своей курсовой работой. По завершении доклада студенту задают вопросы члены комиссии.

После ответов студента на вопросы зачитывается отзыв о качестве представленной работы.

Обсуждение защищаемой работы не проводится. Решение об оценке курсовой работы комиссия принимает после выступлений всех студентов на закрытом заседании и сразу доводит до их сведения.

Результаты защиты курсовой работы (проекта) оцениваются дифференцированной оценкой («отлично», «хорошо», «удовлетворительно»), которая записывается в экзаменационную ведомость, зачетную книжку студента и на титульном листе курсовой работы. Оценка «неудовлетворительно» проставляется в ведомость и на титульном листе курсовой работы, в зачетную книжку не вносится.

Студент, не предоставивший в установленный срок курсовую работу (проект) или не защитивший ее по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность.

В процессе оценки курсовой работы преподаватель ориентируется на следующие обязательные критерии, что позволяет определить сформированность компетенций:

- актуальность тематики работы;
- степень полноты обзора состояния вопроса и корректность постановки задачи;
- полнота освещения основных вопросов темы в соответствии с планом;
- использование дополнительной литературы, практических материалов конкретного предприятия, отрасли;
- глубина и качество анализа материалов;
- обоснование выводов и предложений;
- уровень и корректность использования в работе различных методов исследования;
- степень комплексности работы, применение в ней знаний естественнонаучных, социально-экономических, общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- ясность, четкость, последовательность и обоснованность изложения материала;
- применение современного математического и программного обеспечения, компьютерных технологий в работе;
- качество оформления работы (общий уровень грамотности, стиль изложения, качество иллюстраций, соответствие требованиям стандартов);
- объем и качество выполнения графического материала, его соответствие тексту записи и стандартам;

– оригинальность и новизна полученных результатов.

Данные критерии отражаются в отзыве на курсовую работу.

В совокупности с изученной дисциплиной «Технология и организация выездного туризма» подготовка курсовой работы обеспечивает формирование следующих компетенций бакалавра: ОПК-3, ПК-10, ПК-13

- способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов (ОПК-3).
- готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-10);
- способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов (ПК-13).

**Составитель:** доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики, к.э.н. Л. В. Ищук

Заведующая кафедрой

экономики, туризма и прикладной  
информатики



Т.А. Куттубаева, к.э.н., доцент

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(обязательное)

### *Образец титульного листа курсовой работы*

Министерство науки и образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Горно-Алтайский государственный университет»  
Экономико-юридический факультет  
Кафедра менеджмента, туризма и экономической теории

### КУРСОВАЯ РАБОТА

По курсу: Технологии и организации выездного туризма  
на тему: «»

Курсовую работу выполнил:  
Студент (ка) \_\_ курса \_\_ группы

\_\_\_\_\_  
Научный руководитель:  
к.э.н., доц. \_\_\_\_\_

Курсовая работа защищена  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Оценка \_\_\_\_\_

Горно-Алтайск, 20\_\_



## **ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

(обязательное)

### ***Образец содержания (плана) курсовой работы***

#### **СОДЕРЖАНИЕ**

Введение

1. Основная характеристика туристских ресурсов Франции

1.1 Общая характеристика туристских ресурсов и туристской инфраструктуры Западноевропейского региона

1.2 Основная характеристика туристских ресурсов и туристской инфраструктуры Франции

2. Практическая организация выездного туризма во Францию

2.1 Экскурсионный туризм

2.2 Пляжный туризм

2.3 Горнолыжный туризм

3. Технология формирования и продвижения нового выездного туристского продукта в страну

Заключение

Список используемых источников и литературы

Приложения