

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ЭКОЛОГИИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЕРАТОРСКИХ И  
АГЕНТСКИХ УСЛУГ МОДУЛЬ 2**

Направление и направленность (профиль)

43.03.02 Туризм. Туризм

Год набора на ОПОП  
2018

Форма обучения  
заочная

Владивосток 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Технология и организация операторских и агентских услуг модуль 2» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 43.03.02 Туризм (утв. приказом Минобрнауки России от 14.12.2015г. №1463) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

*Михина И.С., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра туризма и экологии,  
Почта.Mihina@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры туризма и экологии от 26.04.2021 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Гомилевская Г.А.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	Galina__1575480626
Номер транзакции	00000000058E3D5
Владелец	Гомилевская Г.А.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Гомилевская Г.А.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	Galina__1575480626
Номер транзакции	00000000058E3E5
Владелец	Гомилевская Г.А.

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Технология и организация операторских и агентских услуг модуль 2» является формирование у студентов компетенций в области подбора, комплектации и продвижения турпродукта с использованием современных информационных технологий.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование знаний по технологиям операторской и турагентской деятельности;
- формирование умений подбирать и комплектовать турпродукт с учетом потребностей туристов;
- формирование у студентов навыков использования инструментов продвижения и реализации турпродукта с применением современных информационных технологий.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ПК-4	Способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства	Знания:	особенности комплекса маркетинга в туристской индустрии
			Умения:	применять инструменты маркетинга на предприятиях гостеприимства
			Навыки:	продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих требованиям потребителей
	ПК-5	Способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	Знания:	методику расчета и анализа затрат деятельности предприятия
			Умения:	оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг предприятий гостеприимства
			Навыки:	расчета и оценки затрат по организации деятельности предприятий гостеприимства
	ПК-11	Способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	Знания:	технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии
			Умения:	применять информационные технологии при реализации туристского продукта на предприятиях гостеприимства

			Навыки:	приемами эффективных продаж туристского продукта
--	--	--	---------	--

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Технология и организация операторских и агентских услуг Модуль 2» относится к дисциплинам вариативной части учебного плана.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Технология и организация операторских и агентских услуг модуль 1». На данную дисциплину опираются «Инновации в сервисе и туризме», «Мониторинг туристского продукта и услуг».

### 4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
43.03.02 Туризм	ЗФО	Бл1.В	4	4	9	2	6	0	1	0	135	Э

### 5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

#### 5.1 Структура дисциплины (модуля) для ЗФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ЗФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Турагентская деятельность. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура.	1	1	0	18	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
2	Туроператорская деятельность. Разработка программы тура по заказу клиента.	1	1	0	18	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.

3	Договорная деятельность в туризме.	0	1	0	18	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, изучение и заполнение договоров.
4	Маркетинговые технологии в туризме.	0	1	0	16	Участие в дискуссии, обсуждение результатов
5	Продвижение туристского продукта. Реклама как эффективное средство продвижения в туризме.	0	1	0	16	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
6	Технология продаж туристского продукта.	0	1	0	17	Участие в дискуссии, обсуждение результатов
7	Мотивация персонала как функция управления.	0	0	0	16	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
8	Контроль в туризме как функция управления	0	0	0	16	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
<b>Итого по таблице</b>		<b>2</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>135</b>	

## 5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ЗФО

*Тема 1 Турагентская деятельность. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура.*

Содержание темы: Понятие и правовые аспекты турагентской деятельности. Технологии подбора пакетного тура у действующего туроператора с использованием информационных систем. Составление коммерческого предложения по турпродукту с учетом потребностей клиента. Формирование программы обслуживания клиента с описанием элементов турпродукта. Особенности калькуляции стоимости турпродукта в турагентской деятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: дискуссия, выполнение задания по подбору пакетного тура.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

*Тема 2 Туроператорская деятельность. Разработка программы тура по заказу клиента.*

Содержание темы: Понятие и правовые аспекты туроператорской деятельности. Формирование турпродукта с использованием данных инициативных, рецептивных туроператоров, поставщиков услуг. Составление программы тура с учетом требований потребителя. Подготовка карты - схемы маршрута с ежедневными передвижениями по программе тура. Калькуляция рыночной стоимости турпродукта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: дискуссия, выполнение задания по формированию турпродукта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

### *Тема 3 Договорная деятельность в туризме.*

Содержание темы: Договор о реализации турпродукта: структура и особые условия. Ответственность туроператора и турагента перед туристом по договору. Приложения к договору о реализации турпродукта. Пакет документов для путешествия: туристский ваучер, маршрутная квитанция, страховой полис, виза, памятка, кассовый чек.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие: дискуссия, заполнение договора о реализации турпродукта, подготовка комплекта документов для путешествия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы. Подготовка к практическим заданиям, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

### *Тема 4 Маркетинговые технологии в туризме.*

Содержание темы: Маркетинговые технологии в сервисе и туризме: сущность и специфика. Маркетинговые технологии в анализе туристского рынка. Сущность маркетингового исследования конкурентной среды. Выявление и обоснование конкурентных преимуществ турпродукта. Маркетинговые методы установление цены. Позиционирование турпродукта. Определение и обоснование целевой аудитории.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие: защита докладов, выполнение практических заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы. Подготовка к практическим заданиям, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

### *Тема 5 Продвижение туристского продукта. Реклама как эффективное средство продвижения в туризме.*

Содержание темы: Сущность понятия продвижение туристского продукта (Услуги). Рекламные методы продвижения туристского продукта (услуги). Программа и план график продвижения турпродукта. Выбор инструментов продвижения турпродукта. Соответствие бюджета рекламной компании с этапами реализации программы продвижения.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие: защита докладов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы. Подготовка к практическим заданиям, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

### *Тема 6 Технология продаж туристского продукта.*

Содержание темы: Формирование сбытовой сети. Внутренние и внешние каналы сбыта. Структура рынка организованного туризма. Характеристика онлайн и офлайн форм продажи туристского продукта. Схема рыночных каналов продвижения турпродукта. Формы продаж и технология взаимодействия туроператора, турагента и туриста. Скрипты продаж. Креативность и оригинальность представление логотипа и слогана турпродукта потребителю.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие: ролевая игра по технологии продаж турпродукта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

### *Тема 7 Мотивация персонала как функция управления.*

Содержание темы: Контроль в туризме: сущность, виды и правовая основа контроля. Контроль в планировании. Внутрифирменный контроль, сущность и методы ведения. Использование CRM системы, как инструмента контроля бизнеса. Качество обслуживания в туризме и методы его контроля. Потребительские свойства турпродукта. Критерии оценки

качества продукта (услуги) в туризме - потребительский и агентский подходы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: .

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы. Подготовка к практическим заданиям, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

#### *Тема 8 Контроль в туризме как функция управления.*

Содержание темы: Контроль в туризме: сущность, виды и правовая основа контроля. Контроль в планировании. Внутрифирменный контроль, сущность и методы ведения. Использование CRM системы, как инструмента контроля бизнеса. Качество обслуживания в туризме и методы его контроля. Потребительские свойства турпродукта. Критерии оценки качества продукта (услуги) в туризме - потребительский и агентский подходы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: .

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы. Подготовка к практическим заданиям, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

## **6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)**

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы (лекции и практические занятия), выполнение практических заданий, представленных в ФОС, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу. Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное выполнение проектов, тестовых и контрольных заданий, рефератов. Студент выбирает тему реферата из списка, представленного в ФОС. Защита реферата проводится в виде публичного доклада на 5-7 минут с презентацией. Для проведения занятий лекционного типа используются учебно-наглядные пособия в форме презентационных материалов, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие темам лекций, представленным в пункте 5 настоящей РПД. Полный перечень методических указаний представлен в приложении 1 рабочей программы "Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)".

### **Тематика реферативных работ и мультимедийных презентаций (п.5.5 ФОС)**

1. Формирование концепции социально-этичного маркетинга на предприятии туризма
2. Организация маркетинговой деятельности предприятия туризма.
3. Анализ маркетинговой внешней среды предприятия туризма
4. Анализ поставщиков и посредников как участников маркетинговой микросреды предприятия.
5. Анализ маркетинговой внутренней среды туристского предприятия.
6. Маркетинговые исследования потребительского поведения в туризме для формирования целевых групп.
7. Анализ конкурентной среды туристского предприятия.
8. Формирование программы повышения конкурентоспособности предприятия туризма.
9. Инвестиционная политика предприятия как фактор повышения его конкурентоспособности.
10. Сегментирование и позиционирование туристского продукта (туристского предприятия).
11. Брэндинг в туризме как основа позиционирования.
12. Исследование жизненного цикла туристского продукта.

13. Ценовая политика туристского предприятия.
14. Дифференцированные подходы в ценообразовании предприятия туризма (гостиничного хозяйства).
15. Стимулирование сбыта как маркетинговый инструмент ценообразования и продвижения в туризме.
16. Ассортиментно-сбытовые механизмы маркетинговой деятельности на предприятии туризма.
17. Анализ средств рекламы на рынке туристских услуг в г. Владивостоке .
18. Анализ интернет -рекламы на рынке туристских услуг в г. Владивостоке (Приморском крае).
19. Разработка программы продвижения турпродукта.
20. Разработка рекламной кампании туристского предприятия.
21. Формирование системы личных продаж в программе продвижения туристского предприятия.
22. Разработка программы продвижения тура (услуги) в туризме и гостиничном хозяйстве.
23. Территориальный маркетинг как инструмент формирования единого туристского продукта региона на примере Приморского края (района).
24. Выставочная деятельность на рынке туристских, гостиничных и ресторанных услуг в Приморском крае.
25. Разработка программы участия в выставке туристского предприятия в качестве экспонента.
26. Разработка PR-акции предприятия (туризма, гостиничного предприятия, предприятия общественного питания) в имиджевой политике.
27. Маркетинговое планирование на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства.
28. Стратегическое маркетинговое планирование предприятия туризма.
29. Программный подход в маркетинговом планировании предприятия туризма (гостиничного хозяйства).
30. Проведение маркетингового аудита на предприятии туризма (гостиничного предприятия, предприятия общественного питания).
31. Договорная деятельность туристского предприятия.
32. Виды договоров с поставщиками услуг.
33. Обзор рынка CRM систем для турагентств.
34. Качество обслуживания в туризме и методы его контроля.
35. Сбытовая сеть туристского предприятия.
36. Структура договора о реализации турпродукта.
37. Мотивация менеджеров по туризму в турагентском бизнесе.
38. Качество обслуживания в туризме и методы его контроля.
39. Потребительские свойства турпродукта.
40. Характеристика гибких навыков “Soft Skills”.
41. Психологические факторы в оценке и мотивации персонала различных квалификационных уровней.
42. Использование информационных технологий в формировании турпродукта.
43. Программа и план график продвижения турпродукта.
44. Влияние франчайзинга на эффективность продаж туристского продукта.
45. Внутрифирменный контроль, сущность и методы ведения.

**Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением



тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **8.1 Основная литература**

1. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г. и др. Маркетинг в туризме : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2019 - 214 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=337773>

2. Скобкин С. С. МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2018 - 366 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-v-turizme-423609>

### **8.2 Дополнительная литература**

1. Абабков Ю. Н., Абабкова М. Ю., Филиппова И. Г., Богданов Е. И. Реклама в туризме : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2020 - 170 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=356220>

2. Агешкина Н.А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Инфра-М , 2021 - 567 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=375403>

3. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Издательство ФОРУМ , 2021 - 399 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=371390>

4. Быстров С.А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2020 - 375 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=362986>

5. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Инфра-М , 2020 - 366 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=360656>

6. Орловская В.П., Богданов Е.И. Технология и организация предприятия туризма : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2020 - 176 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=355943>

7. Степанова С. А., Крыга А. В. Экономика предприятия туризма : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2016 - 346 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=56553>

8. Управление персоналом организации [Электронный ресурс] : Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации , 2016 - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/145518>

**8.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):**

1. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг [Электронный ресурс] // Vsegost: библиотека ГОСТов. – Режим доступа: <http://vsegost.com/Catalog>

2. ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования [Электронный ресурс] // Vsegost: библиотека ГОСТов. – Режим доступа: <http://vsegost.com/Catalog>

3. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>

4. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

5. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>

6. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

7. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

8. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

**9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

Основное оборудование:

- Монитор облачный 23" LG23CAV42K/мышь Genius Optical Wheel проводная/клавиатура Genius KB110 проводная
- Мультимедийный проектор CASIO (Япония)
- Экран Projecta 160\*160

Программное обеспечение:

- Adobe Reader
- PDF Creator
- КонсультантПлюс

**10. Словарь основных терминов**

**Агентский договор** - вид договорных отношений в предпринимательской деятельности, согласно которому одна сторона(агент) обязуется за вознаграждение совершить по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала.

**Аннуляция поездки** - отказ (в письменном виде) туриста, туроператора или турагента от исполнения обязательств по договору о туристском обслуживании.

**Апгрейд** - предоставление услуги размещения (номера) с повышением категории без

взимания с туриста дополнительной платы.

**Бронирование** – закрепление за туристом места в гостинице, билета на какой-либо вид транспорта или пропуска на мероприятие. Производится на определенную дату или промежуток времени.

**Ваучер** – документ, подтверждающий факт оплаты туристом ряда услуг, например, проживание, питание, экскурсионное обслуживание. Ваучер является гарантией предоставления туристских услуг туристу.

**Виза** – документ дающий туристу право на законное пересечение границы той или иной страны, проживание или проезд через ее территорию.

**Договор о реализации турпродукта** - это договор соответствующий законодательству Российской Федерации, в том числе законодательству о защите прав потребителей, заключенный в письменной форме, в том числе в форме электронного документа, между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, или же между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком (Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Дополнительные услуги** - перечень и объем услуг, превышающие объем и перечень приобретенных основных услуг, и оплачиваемых туристами дополнительно, в месте потребления данных услуг.

**Кассовый чек** — документ, удостоверяющий покупку услуги, регистрируемую с помощью кассового аппарата.

**Круиз** — морская или речная туристическая поездка на теплоходе, используемом как средство перевозки, размещения, питания, развлечений, включающая в программу береговое обслуживание.

**Курортный сбор** — в РФ местный налог, плательщиком которого являются физические лица, прибывшие в курортные местности.

**Памятка туриста** - это информационный листок к договору о реализации турпродукта, содержащий информацию, о стране пребывания, правилах поведения, прохождения таможни, телефоны для экстренных случаев, может быть краткий словарь-разговорник.

**Программа обслуживания** - это набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура.

**Маршрутная квитанция электронного билета** – это документ, подтверждающий покупку электронного билета.

**Страховой полис** (страховое свидетельство, страховой сертификат) — это письменный документ установленного образца, выдаваемый страховой компанией страхователю в удостоверение заключенного договора страхования и содержащий его основные условия.

**Система «Фортуна»** — продажа пакета туристических услуг со скидкой за размещение без указания конкретной гостиницы, название которой становится известно только по приезду на место отдыха. Система гарантирует размещение в отеле не ниже заранее определенной категории.

**Карта-схема** – упрощённо-обобщённое картографическое изображение.

**Маркетинг** – это совокупность процессов, направленных на создание, продвижение и предоставление продукта покупателям, а также управление взаимоотношениями с ними.

**Логотип** – это индивидуальный графический знак (рисунок), шрифтовое написание марки или сочетание графического знака и шрифтового написания.

**Регулярный рейс** — рейс, выполняемый постоянно в течении определенного срока в соответствии с заранее опубликованным расписанием.

**Реклама** – это предварительно оплаченная форма распространения информации.

**Рекламный бюджет** – это смета расходов и ассигнования на рекламную деятельность.

**Рекламный лозунг, слоган** — лаконичная, легко запоминающаяся фраза,

выражающая суть рекламного сообщения.

**Маркетинговый план** — это комплексный анализ текущего состояния бизнеса, детализация будущих маркетинговых активностей и коммуникаций, необходимых для достижения целей компании.

**Продажи** – это циклический процесс коммерческого взаимоотношения между двумя лицами, который заканчивается обменом услуги на деньги.

**Скрипт продаж** – это алгоритм беседы с клиентом, где на любые его вопросы или тезисы заранее подготовлены ответы.

**Трансфер** – услуги по перевозке туристов, например, от аэропорта, вокзала или порта до отеля и наоборот. **Коммерческое предложение** — это документ из нескольких страниц, в котором содержится подробное описание предлагаемого продукта или услуги.

**Мотивация персонала** — один из способов повышения производительности труда.

**Контроль в менеджменте** — это управленческая функция, задачей которой является количественная и качественная оценка и учет результатов работы организации.

**CRM-система** (Customer Relationship Management или Управление отношениями с клиентами) — это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

**Soft skills** -навыки, проявление которых сложно отследить, проверить и наглядно продемонстрировать. К софт скиллз относятся навыки по коммуникациям, работе в команде, управлению временем, менеджменту, проведению презентаций, продажам, лидерству, личному развитию, самомотивации и т. д.

**Hard skills** — технические навыки или навыки, которые можно наглядно продемонстрировать. К этой категории относятся например знание технологии, госты и стандарты, ремонт оборудования и т. д.

**Чартер** — договор между владельцами транспортного средства (теплохода, самолета, автобуса) и фрахтователем (нанимателем) на аренду всего транспортного средства или его части на определенный рейс или срок.