

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Квартальнова Татьяна Владимировна
Должность: Директор
Дата подписания: 01.04.2026 16:40:50
Уникальный программный ключ:
3e082b83ea136219a2d9d1991bdef86d0635ee7d

*Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма» (РМАТ)*

Воскресенский институт туризма – филиал РМАТ

Рассмотрено и принято
на заседании кафедры
06 февраля 2026 г., протокол №7

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Воскресенского института туризма –
филиал РМАТ
_____ Т.В. Квартальнова
10 февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Технологии турагентской деятельности»

по направлению подготовки 43.03.02 Туризм
квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Б1.О.25

Разработчик: Четверткова Е.А., преподаватель
Рецензент: Сиделева М.В., коммерческий директор
ООО «Поехали»

Воскресенск 2026

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у обучающихся компетенции ОПК-4 средствами дисциплины «Технологии турагентской деятельности».

Задачи дисциплины:

- Способствовать формированию у обучающихся способности осуществлять исследование туристского рынка.
- Развивать у обучающихся знания, умения и навыки в области организации продажи и продвижения туристского продукта.

2. Перечень формируемых компетенций и индикаторов их достижения, соотнесенные с результатами обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ОПОП, и содержанием дисциплины (модуля):

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Управление	ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знает методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка, технологии продвижения и продаж туристского продукта, современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж. Умеет осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения нового туристского продукта, экскурсионного маршрута. Владеет навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП и этапы формирования компетенций

Дисциплина «Технологии турагентской деятельности» относится к обязательным дисциплинам ОПОП. Компетенция, формируемая дисциплиной «Технологии турагентской деятельности», также формируется и на других этапах в соответствии с учебным планом.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

4.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	60	60	-
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	28	28	-
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-	-
практические занятия (ЗСТ ПР)	28	28	-
- в том числе Практическая подготовка (ПП)	4	4	-
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2	-
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	-
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2	-
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	84	84	-
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям	50	50	-
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	34	34	-
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет, зачет с оценкой)	зачет с оценкой	зачет с оценкой	-
Общая трудоемкость дисциплины: часы	144	144	-
зачетные единицы	4	4	-

4.2. Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	курс	
		4 ЛС	5 ЗС
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	16	12	4

Вид учебной работы	Всего часов	курс	
		4 ЛС	5 ЗС
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	6	6	-
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-	-
практические занятия (ЗСТ ПР)	6	6	-
- в том числе Практическая подготовка (ПП)	2	2	-
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	-	2
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	-
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	-	2
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	128	60	68
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям	124	60	64
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	4	-	4
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет, зачет с оценкой)	зачет с оценкой	-	зачет с оценкой
Общая трудоемкость дисциплины: часы	144	72	72
зачетные единицы	4	2	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Понятие турагентской деятельности	Роль и место турагентств на туристском рынке. Функции, задачи и виды турагентств. Агентские сети, условия присоединения к сетям.
2.	Туристское агентство как предприятие туристского рынка	Турагентские компании как реализаторы туристских услуг. Виды агентств, их характеристика. Независимые агентства. Технологии турагентской деятельности. Турагентские сети. Франчайзинговые отношения в индустрии туризма. Менеджер туризма. Требования к менеджеру туризма. Функции, права и обязанности менеджера. Саморазвитие и самообразование менеджера туризма.
3.	Процедуры туристского агентства	Взаимоотношения турагентов с туроператорами: виды сделок, расчеты за обслуживание туристов, комиссионные вознагражде-

	ства	ния. Взаимоотношения турагентов с авиакомпаниями: правила бронирования, продажа и оформление билетов. Взаимоотношения турагентов с гостиницами: бронирование мест, типы гостиниц, номеров, питания.
4.	Создание туристского агентства	Этапы создания турагентства как юридического лица, бизнес-план турагентства, маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов; размещение турагентства, выбор офиса, оснащение офиса, выбор названия, принципы руководства, организационная структура турагентства.
5.	Организация продвижения и продажи туристского продукта	Маркетинг и конкурентная политика турагентства. Методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка. Организация процедур продажи туров. Документация обслуживания. Обслуживание туриста в офисе. Тактика продаж. Технологии продвижения и продаж туристского продукта. Современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж. Продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Общение по телефону. Работа с претензиями.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

5.2.1. Очная форма обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)					СРО
			Итого	в том числе				
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)	ГК/ПА	
1. Понятие турагентской деятельности	ОПК-4	18	8	4	-	4	-	10
2. Туристское агентство как предприятие туристского рынка	ОПК-4	22	12	6	-	6	-	10
3. Процедуры туристского агентства	ОПК-4	22	12	6	-	6	-	10
4. Создание туристского агентства	ОПК-4	22	12	6	-	6	-	10
5. Организация продвижения и продажи туристского продукта	ОПК-4	22	12	6	-	6	-	10
Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	ОПК-4	2	2	-	-	-	2	-

Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	ОПК-4	36	2	-	-	-	2	34
Всего часов		144	60	28	-	28	4	84

5.2.2. Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)					СРО
			Итого	в том числе				
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)	ГК/ПА	
1. Понятие турагентской деятельности	ОПК-4	24	2	2	-	-	-	22
2. Туристское агентство как предприятие туристского рынка	ОПК-4	24	2	2	-	-	-	22
3. Процедуры туристского агентства	ОПК-4	34	4	2	-	2	-	30
4. Создание туристского агентства	ОПК-4	32	2	-	-	2	-	30
5. Организация продвижения и продажи туристского продукта	ОПК-4	22	2	-	-	2	-	20
Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	ОПК-4	2	2	-	-	-	2	-
Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	ОПК-4	6	2	-	-	-	2	4
Всего часов		144	16	6	-	6	4	128

6. Контактная и самостоятельная работа обучающихся

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками Воскресенского института туризма – филиала РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми Воскресенским институтом туризма – филиалом РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками Воскресенского института туризма – филиала РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми Воскресенским институтом туризма – филиалом РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях (в

том числе индивидуальные консультации).

Занятия лекционного типа проводятся в соответствии с объемом и содержанием, представленным в таблице раздела 5.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, содержание дисциплины (модуля) составлено на основе результатов научных исследований, проводимых Воскресенским институтом туризма – филиалом РМАТ, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

6.1. Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)

Тема 1. Понятие турагентской деятельности

Цель занятия: сформировать способность обучающихся анализировать деятельность туристского агентства.

Компетенция: ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: дискуссия, выполнение практического задания.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: основные понятия и функции туристского агентства.

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы основные понятия в области турагентской деятельности.
2. Назовите основные задачи и формы туристского агентства.
3. Продажа и продвижение туристского продукта как основные функции туристского агентства.
4. Дайте определение понятию агентская сеть.
5. Назовите и охарактеризуйте способы формирования агентских сетей. Приведите примеры.

Выполнение практического задания на выявление сформированности умений осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, в том числе рынка туристских агентств.

Тема 2. Туристское агентство как предприятие туристского рынка

Цель занятия: сформировать готовность у обучающихся анализировать туристское агентство, как предприятия на туристском рынке.

Компетенция: ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: дискуссия, выполнение практического задания.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: роль туристского агентства на туристском рынке.

Вопросы для обсуждения:

1. Профессиональные и личностные качества менеджера по продажам.
2. Методы исследования туристского рынка, рынка туристских агентств в целях организации продаж и продвижения туристского продукта.
3. Виды агентств, их характеристика.
4. Независимые Технологии турагентской деятельности.

5. Турагентские сети.
6. Франчайзинговые отношения в индустрии туризма.
7. Функции, права и обязанности менеджера.

Выполнение практического задания на выявление сформированности умений осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения нового туристского продукта, экскурсионного маршрута.

Тема 3. Процедуры туристского агентства

Цель занятия: сформировать у обучающихся знание основных принципов работы туристского агентства с другими участниками туристского рынка.

Компетенция: ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: дискуссия, выполнение практического задания.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: основные принципы работы с другими участниками туристского рынка

Вопросы для обсуждения:

1. Взаимоотношения турагентов с туроператорами в целях организации продажи и продвижения туристского продукта.
2. Взаимоотношения турагентов с авиакомпаниями в целях организации продажи и продвижения туристского продукта
3. Взаимоотношения турагентов с гостиницами в целях организации продажи и продвижения туристского продукта.
4. Использование современных информационных и телекоммуникационных технологий продвижения туристского продукта, в том числе ресурсов сети Интернет.

Тип занятия: практическая подготовка

Форма проведения: выездное практическое занятие

Посещение туристского агентства с целью изучения процедур формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Тема 4. Создание туристского агентства

Цель занятия: сформировать у обучающихся знания и умения в области создания туристского агентства.

Компетенция: ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: дискуссия, выполнение практического задания.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: принципы и этапы создания туристского агентства.

Вопросы для обсуждения:

1. Этапы создания турагентства как юридического лица.
2. Организационная структура турагентства.
3. Особенности бизнес-планирование в туристской деятельности.
4. Маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов при создании туристского агентства.

5. Особенности выбора места размещения турагентства.
6. Требования к оформлению и оснащению офиса турагентства.
7. Основные принципы руководства туристским агентством
8. Организация продаж туристского продукта.
9. Организация продвижения туристского продукта турагентством.

Тип занятия: практическая подготовка

Форма проведения: мастер-класс от представителя гостиничного бизнеса

Изучение практического опыта специалиста индустрии туризма с целью изучения процедур формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Тема 5. Организация продвижения и продажи туров

Цель занятия: сформировать у обучающихся знаний и умений в области продвижения и продажи турпродукта.

Компетенция: ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: дискуссия, выполнение практического задания.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: особенности продвижения и продажи туристского продукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг и конкурентная политика турагентства.
2. Организация процедур продажи туров.
3. Корпоративная культура и этика.
4. Методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка в целях проведения мероприятий по продвижению туристского продукта.
5. Организация процедур продажи туров.
6. Документация обслуживания.
7. Особенности обслуживания туриста в офисе турагентства.
8. Тактика продаж в туризме.
9. Особенности продвижения и продаж туристского продукта.
10. Современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж турпродукта.
11. Продвижение туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
12. Особенности общения менеджера туризма с клиентом по телефону.
13. Работа с претензиями в турагентстве.

Выполнение практического задания на выявление сформированности умений анализа туристского рынка, формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

6.2. Самостоятельная работа обучающихся

Тема 1. Понятие турагентской деятельности

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Каковы основные понятия в области турагентской деятельности.
2. Назовите основные задачи и формы туристского агентства.
3. Продажа и продвижение туристского продукта как основные функции туристского агентства.
4. Дайте определение понятию агентская сеть.
5. Назовите и охарактеризуйте способы формирования агентских сетей. Приведите примеры.

Подготовка к выполнению *практического задания* на выявление сформированности умений осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, в том числе рынка туристских агентств.

Тема 2. Туристское агентство как предприятие туристского рынка

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Профессиональные и личностные качества менеджера по продажам.
2. Методы исследования туристского рынка, рынка туристских агентств в целях организации продаж и продвижения туристского продукта.
3. Виды агентств, их характеристика.
4. Независимые Технологии турагентской деятельности.
5. Турагентские сети.
6. Франчайзинговые отношения в индустрии туризма.
7. Функции, права и обязанности менеджера.

Подготовка к выполнению *практического задания* на выявление сформированности умений осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения нового туристского продукта, экскурсионного маршрута.

Тема 3. Процедуры туристского агентства

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Взаимоотношения турагентов с туроператорами в целях организации продажи и продвижения туристского продукта.
2. Взаимоотношения турагентов с авиакомпаниями в целях организации продажи и продвижения туристского продукта
3. Взаимоотношения турагентов с гостиницами в целях организации продажи и продвижения туристского продукта.
4. Использование современных информационных и телекоммуникационных технологий продвижения туристского продукта, в том числе ресурсов сети Интернет.

Подготовка к выполнению задания в рамках *практической подготовки* в форме выездного практического занятия в целях изучения процедур формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Тема 4. Создание туристского агентства

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Этапы создания турагентства как юридического лица.
2. Организационная структура турагентства.
3. Особенности бизнес-планирования в туристской деятельности.
4. Маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов при создании туристского агентства.
5. Особенности выбора места размещения турагентства.
6. Требования к оформлению и оснащению офиса турагентства.
7. Основные принципы руководства туристским агентством
8. Организация продаж туристского продукта.
9. Организация продвижения туристского продукта турагентством.

Подготовка к выполнению задания в рамках практической подготовки в форме мастер-класса от представителя гостиничного бизнеса в целях изучения процедур формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Тема 5. Организация продвижения и продажи туров

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Маркетинг и конкурентная политика турагентства.
2. Организация процедур продажи туров.
3. Корпоративная культура и этика.
4. Методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка в целях проведения мероприятий по продвижению туристского продукта.
5. Организация процедур продажи туров.
6. Документация обслуживания.
7. Особенности обслуживания туриста в офисе турагентства.
8. Тактика продаж в туризме.
9. Особенности продвижения и продаж туристского продукта.
10. Современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж турпродукта.
11. Продвижение туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
12. Особенности общения менеджера туризма с клиентом по телефону.
13. Работа с претензиями в турагентстве.

Подготовка к выполнению практического задания на выявление сформированности умений анализа туристского рынка, формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

6.3. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и подготовке к промежуточной аттестации

Методические рекомендации по самостоятельной работе составлены с целью оптимизации процесса освоения обучающимися учебного материала.

Самостоятельная работа обучающегося направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе материалов, публикуемых в интернете, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа обучающегося над усвоением материала по дисциплине может выполняться в читальном зале Воскресенского института туризма – филиала РМАТ, специально отведенных для самостоятельной работы помещениях, посредством использования электронной библиотеки и ЭИОС.

Содержание и количество самостоятельной работы обучающегося определяется учебным планом, методическими материалами и указаниями преподавателя.

Также самостоятельная работа включает подготовку и анализ материалов по темам пропущенных занятий.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время включает:

- работу с лекционным материалом, предусматривающую проработку конспекта лекций;
- изучение учебной и научной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада, исследовательской работы по заданной проблеме;
- выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной аттестации.

В зависимости от выбранных видов самостоятельной работы студенты самостоятельно планируют время на их выполнение. Предлагается равномерно распределить изучение тем дисциплины.

7. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине разработан в соответствии с Методическими рекомендациями и является составной частью ОПОП.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная литература

1. Макринова, Е. И. Предпринимательская деятельность в туризме : учебное пособие : [16+] / Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, В. В. Лысенко. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 158 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614300>
2. Новолодская, Г. И. Туроператорская и турагентская деятельность : учебное пособие : [16+] / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова ; Байкальский государственный университет. – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2021. – 278 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611141>
3. Макринова, Е. И. Предпринимательская деятельность в туризме : учебное пособие : [16+] / Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, В. В. Лысенко. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 158 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614300>

4. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

8.2. Дополнительная литература

1. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : РИПО, 2020. — 297 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599728>

2. Кулакова, Н. И. Формирование профессионализма будущих менеджеров туристической индустрии : учебный практикум : [16+] / Н. И. Кулакова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 114 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577997>

9. Обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9.1. Обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <https://welcomezone.ru> - Профессиональная база данных в сфере гостеприимства;
2. <https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm> - Официальный сайт Министерства экономического развития, раздел «Туризм»;
3. <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> - Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики, раздел «Туризм»;
4. <https://rosstat.gov.ru/ps/tourism/> - Статистика туризма в России (Росстат);
5. <https://russpass.ru> - Цифровая экосистема в туризме (Набор услуг для планирования путешествий по России и участников туристской отрасли);
6. <https://fsa.gov.ru/use-of-technology/elektronnye-reestry> - Реестры объектов туристской индустрии Федеральной службы по аккредитации;
7. <https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm> - Реестры в туризме Министерства экономического развития;
8. <https://национальныепроекты.пф/projects/turizm> - Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»;
9. <https://www.rst.gov.ru> - Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии;
10. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма;
11. <https://persona-grata.ru/yuridicheskie-uslugi/turbiznes-2023-trebovaniya-zakonodatelstva/gosty-v-sfere-turizma> - Национальные стандарты в сфере туризма;
12. <https://russia.travel> - Информационный портал о туризме в России;
13. <https://www.unwto.org/ru> - Официальный сайт Всемирной туристской организации;
14. <https://туризм.пф> - Официальный сайт Корпорации «Туризм.пф»;
15. <https://www.tourdom.ru> - Профессиональный портал о туризме;
16. <https://profi.travel> - Профессиональный портал о туризме «Profi Travel»;
17. <https://tonkosti.ru> - Портал «Тонкости туризма»;
18. <https://www.tourdom.ru/hotline> - Электронный журнал «Горячая линия. Туризм»;
19. <https://hospitalityguide.ru> - Hospitality Guide - Деловой портал об индустрии гостеприимства;

20. <https://www.frontdesk.ru> - Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса;
21. <https://hoteliernews.ru> - Информационный портал о гостиничном бизнесе;
22. <https://www.atorus.ru> - Официальный сайт Ассоциации туроператоров России;
23. <https://agipe.ru> - Официальный сайт Ассоциации гидв-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров;
24. <https://www.tourismsafety.ru> - Официальный сайт Ассоциации "Безопасность туризма";
25. <https://ocig.ru> - Официальный сайт Общероссийского союза индустрии гостеприимства;
26. <https://rha.ru> - Официальный сайт Российской гостиничной ассоциации;
27. <https://favl.gov.ru> - Официальный сайт Федерального агентства воздушного транспорта (Росавиация);
28. <https://mintrans.gov.ru> - Официальный сайт Министерства транспорта РФ;
29. <https://customs.gov.ru> - Официальный сайт Федеральной таможенной службы;
30. <https://culture.gov.ru> - Официальный сайт Министерства культуры РФ;
31. <https://www.mid.ru> - Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ;
32. <https://www.rospotrebnadzor.ru> - Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор);
33. <https://cgon.rospotrebnadzor.ru> - Официальный сайт Центра гигиенического образования населения Роспотребнадзора;
34. <https://dreamchef.ru> - Официальный сайт Национальной ассоциации кулинаров России;
35. <https://chefs.expert> - Профессионально-информационный портал гильдии шеф-поваров;
36. <https://guide.michelin.com/en/restaurants/russian> - Гид Мишлен Россия;
37. <https://rusnka.ru> - Официальный сайт Национальной курортной ассоциации;
38. <https://www.iata.org> - Официальный сайт Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA)
39. <https://www.icao.int> - Официальный сайт Международной организации гражданской авиации (ICAO);
40. <https://www.femteconline.org> - Официальный сайт Всемирной федерации водолечения и климатолечения (FEMTEC);
41. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru> - Цели в области устойчивого развития;
42. <https://sdgs.un.org/ru/topics/sustainable-tourism> - Официальный сайт Департамента по экономическим и социальным вопросам ООН (Устойчивый туризм);
43. <http://www.oits-isto.org> - Официальный сайт Международной организации социального туризма (OITS);
44. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;
45. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science;
46. <https://www.sciencealert.com> - Science Alert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. Science Alert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;

47. <https://sciencepublishinggroup.com> – Science Publishing Group электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

9.2. Обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>;
2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>.

10. Обновляемый комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Microsoft Office. Интегрированный пакет прикладных программ;
2. Microsoft Windows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

11. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;
2. ЭБС «Юрайт»;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.03.02 Туризм к материально-техническому обеспечению. Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает: учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием (специализированной мебелью- посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; шкаф, учебная доска, стенд) и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Воскресенский институт туризма – филиал РМАТ обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в п.10 и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в п.8, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в п.9 и подлежит обновлению (при необходимости).