

УДК 338.48
ББК 65.43
В38

Издание подготовлено совместно
с Издательским центром IPR MEDIA
www.iprmedia.ru

Автор:

Н. Ю. Веселова — кандидат педагогических наук, доцент кафедры производственного и регионального менеджмента Кубанского государственного технологического университета.

Веселова Н. Ю.

В38 Организация туристской деятельности: Учебное пособие для бакалавров / Н. Ю. Веселова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. — 256 с.

ISBN 978-5-394-02391-0

Учебное пособие написано в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования третьего поколения. В нем освещаются теоретические и прикладные основы организации туристской сферы деятельности.

В учебном пособии рассматриваются понятие, виды, средства, методы и формы туристской деятельности. Излагаются современные тенденции развития туризма, правовые основы и актуальные вопросы государственного регулирования в данной сфере, техники и технологии формирования, продвижения и реализации туристского продукта. Освещаются вопросы взаимодействия туристических фирм с партнерами и клиентами, обеспечения безопасности туризма и туристов во время путешествия. Отдельное внимание уделено документационному обеспечению фирмы.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Туризм», преподавателей, слушателей курсов повышения квалификации, а также специалистов сферы туризма.

ISBN 978-5-394-02391-0

© Веселова Н. Ю., 2013
© ООО «Ай Пи Эр Медиа», 2013
© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	7
Глава 1. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА	10
1.1. Теоретико-правовые аспекты категории «туризм».....	10
1.2. Актуальные вопросы государственного регулирования туризма в Российской Федерации.....	16
1.3. Органы государственного управления в сфере туризма.....	37
1.4. Современное законодательство о туризме. Правовое регулирование отношений в туристской деятельности.....	42
Глава 2. ТУРИСТСКИЙ РЫНОК	46
2.1. Понятие туристской деятельности и ее значение в экономике страны.....	46
2.2. Туристский рынок. Особенности туристского рынка. Дифференциация туристского рынка.....	51
2.3. Воздействие туризма на экологию.....	63
2.4. Организационные формы и виды туризма.....	67
2.5. Классификация туров и маршрутов.....	72
Глава 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ	76
3.1. Туристическое предприятие. Документы, необходимые для работы фирмы. Создание туристического предприятия.....	76
3.2. Правила и требования оформления офисов туроператора (турагента).....	87

3.3. Оценка эффективности оформления и деятельности офиса.....	91
3.4. Технология формирования корпоративной деятельности туроператоров и турагентов.....	98
3.5. Разработка кодекса корпоративного поведения для сотрудников туристической фирмы.....	101
3.6. Разработка и формирование корпоративной миссии туристической фирмы	104
3.7. Организация работы туристической фирмы	109

Глава 4. ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ И ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ. СОСТАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

4.1. Концепция управления жизненным циклом туристского продукта.....	114
4.2. Планирование и формирование туристского продукта.....	121
4.3. Проектирование туристских услуг.....	128
4.3.1. Этапы проектирования.....	128
4.3.2. Проектирование услуги по организации внутреннего, въездного и выездного туризма. Особенности проектирования отдельных видов туристских услуг.....	134
4.3.3. Разработка туристского продукта и туристического маршрута.....	141
4.3.4. Оценка экономической эффективности турпродукта.....	149
4.3.5. Проект программы обслуживания туристов.....	161

Глава 5. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ ПО РАБОТЕ С ПАРТНЕРАМИ.....

5.1. Технология и организация работы с партнерами	165
5.1.1. Подготовка к переговорам с контрагентами	165

5.1.2. Проведение переговоров и заключение договора	167
5.1.3. Расчеты с партнерами	168
5.1.4. Работа с перевозчиками.....	170
5.2. Работа туроператора с турагентом.....	174
5.3. Безопасность туристов в путешествии	177

Глава 6. ТУРИСТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ПО РАБОТЕ С КЛИЕНТОМ.....	182
6.1. Технология продаж туристского продукта.....	182
6.2. Технология предоставления клиенту информации о маршруте и особенности реализации туристского продукта	191
6.3. Препятствия в совершении путешествия.....	196
6.4. Инструктаж клиентов перед поездкой.....	200
6.5. Работа сотрудников туристической фирмы с претензиями	203
6.6. Порядок расчетов с клиентами.....	209
6.7. Работа менеджера на маршруте	211

Глава 7. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ.....	216
7.1. Организация рекламной деятельности туристической фирмы.....	216
7.2. Туристская деятельность фирмы на выставках и презентациях	222

Глава 8. ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....

8.1. Общая характеристика информации и документационного обеспечения управления туристической фирмы.....	228
8.2. Документы по управленческой деятельности.....	233
8.3. Документы по основной деятельности	235

8.3.1. Документы, используемые для формирования турпродукта.....	236
8.3.2. Документы, предоставляемые туристами для оформления тура	240
8.3.3. Документы, выдаваемые туристам, или специализированные документы.....	246
8.4. Факторы оплаты труда в туристических агентствах	248
Список литературы.....	253