

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

И.Л. Полякова

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ И ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 43.04.02 Туризм

Оренбург
2019

УДК 338.48(076.5)

ББК 65.433.1я7

П 54

Рецензент – кандидат экономических наук, Ю.Е. Холодилина

Полякова, И.Л.

П 54

Экономика и организация туроператорской и турагентской деятельности: методические указания / И.Л. Полякова, Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2019. – 32 с.

Методические указания содержат тематику, общие требования к содержанию, структуре, изложению и оформлению курсовой работы по дисциплине «Экономика и организация туроператорской и турагентской деятельности».

Методические указания предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине «Экономика и организация туроператорской и турагентской деятельности» для обучающихся по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «Экономика и организация туризма».

УДК 338.48(076.5)

ББК 65.433.1я7

© Полякова И.Л., 2019

© ОГУ, 2019

Содержание

Введение.....	4
1 Общие требования к выполнению курсовой работы	6
2 Тематика курсовых работ	9
3 Примерное содержание теоретической и практической части курсовой работы по темам.....	11
4 Общие требования к изложению текста курсовой работы	21
4.1 Введение.....	21
4.2 Содержание основной части курсовой работы	22
4.3 Заключение	26
4.4 Оформление и содержание списка использованных источников.....	26
4.5 Приложения	26
5 Порядок защиты и критерии оценки курсовой работы.....	27
6 Литература, рекомендуемая для изучения при выполнении курсовой работы...	29

Введение

Курсовая работа является одним из видов самостоятельной, учебно-исследовательской и методической работы обучающегося по программе магистратуры, выполняемой под руководством преподавателя в соответствии с рабочей программой дисциплины «Экономика и организация туроператорской и турагентской деятельности». Цель освоения дисциплины: изучение специфики организации туроператорской и турагентской деятельности на основе экономических взаимоотношений, технологических и организационных особенностей.

Задачи:

1) теоретический компонент:

- знать объекты (сущность и структуру объектов туристской индустрии) и предмет курса (структуру и правила организации туристской деятельности);
- усвоить теоретические аспекты и методические приемы технологии организации туроператорской и турагентской деятельности;
- уметь критически анализировать точки зрения ведущих специалистов на существующие подходы, методы и технологии организации туроператорской и турагентской деятельности.

2) познавательный компонент:

- владеть теорией и методологией туроператорской и турагентской деятельности;
- иметь представление о существующих методах оптимизации процессов планирования деятельности туроператоров и турагентов;
- получить практические навыки разработки, реализации и продвижения туристского продукта;
- получить навыки экономического мышления, предусматривающего знание условий эффективного функционирования, определения тенденций развития и повышения эффективности деятельности.

3) практический компонент:

- получить представление о недостатках и достоинствах технологии организации туроператорской и турагентской деятельности;
- уметь разрабатывать комплексные рекомендации по совершенствованию технологии организации туроператорской и турагентской деятельности;
- уметь разрабатывать варианты технологий организации туроператорской и турагентской деятельности и предлагать обоснование их выбора по критериям экономической эффективности.

Целями выполнения курсовой работы являются:

- закрепление и углубление знаний обучающихся по дисциплинам профессионального цикла;
- совершенствование приемов работы со справочной и научной литературой, периодическими изданиями и статистической информацией;
- закрепление навыков владения методами научных исследований (аналитическими, статистическими, графическими и т.д.) при решении проблем и вопросов по организации деятельности туроператорских и турагентских фирм;
- разработка и апробация предложений и мероприятий по совершенствованию деятельности туристских организаций;
- развитие навыков самостоятельной работы по организации деятельности туристской организации.

При выполнении своей курсовой работы обучающийся доказывает, что он: знает совокупность экономических понятий и категорий, овладел навыками работы со статистическим и эмпирическим материалом, может самостоятельно работать с учебной, научной и периодической литературой, умеет анализировать состояние изучаемого предмета в туристских организациях, может на основе теоретических и практических навыков и умений разрабатывать и обосновывать рекомендации по совершенствованию деятельности туристских организаций с учетом их специфики. Важнейшие критерии состоятельности курсовой работы: профессионализм (овладение как теоретическими знаниями, так и профессиональными практическими навыками работы), самостоятельность и творческий подход, обоснование рекомендаций по разрешению проблем туристских организаций региона.

1 Общие требования к выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине «Экономика и организация туроператорской и турагентской деятельности» носит аналитический и творческий характер, должна содержать как основные теоретические аспекты, раскрывающие выбранную тему работы, так и анализ состояния развития предмета исследования в деятельности туристского предприятия (туроператор или турагентство). Важной составляющей является рекомендательная часть курсовой работы, в которой обучающийся представляет собственный взгляд на решение проблем, связанных с темой исследования.

Процесс выполнения курсовой работы включает следующие этапы: выбор темы и утверждение плана курсовой работы, подбор информации об объекте исследования, написание курсовой работы, доработка при наличии замечаний со стороны преподавателя – руководителя по написанию курсовой работы.

Обучающиеся выбирают темы из списка, разработанного кафедрой управления персоналом, сервиса и туризма, исходя из своих научных интересов, возможностей сбора практического материала, знания специальной литературы и прочих факторов. Выбранные темы утверждаются преподавателем, после чего составляется и согласовывается план курсовой работы.

Выбранная тема отражается в распоряжении Института менеджмента о закреплении тем курсовых работ (проектов). Изменение темы после подписания распоряжения возможно только по обоснованной причине. В случае если выбор темы не был согласован с преподавателем, то курсовая работа к проверке допускаться не будет, а в ведомости будет проставляться «не аттестован». Выбранная обучающимся тема должна быть закреплена заданием на курсовую работу.

После выбора темы курсовой работы обучающийся приступает к подбору источников информации для написания курсовой работы. В связи со спецификой дисциплины «Экономика и организация туроператорской и турагентской деятельности» в качестве основных источников будут выступать: учебная, монографическая и периодическая литература по экономике и организации туристской деятельности, данные отчетов о деятельности туристских фирм (туроператоров и турагентств), официальные сайты Федерального агентства по туризму и Министерства физической культуры, спорта и туризма Оренбургской области, официальные сайты туристических предприятий, организаций и учреждений, осуществляющих свою деятельность в сфере сервиса и туризма Оренбургской области.

Опираясь на эти сведения, обучающийся самостоятельно расширяет перечень литературы и источников, особое внимание нужно уделить изучению публикаций последних лет. Также необходимо пользоваться перечнями использованных источников, которые авторы публикаций представляют в конце своих статей, монографий и учебных пособий, а также ссылки на те или иные работы, которые делаются в публикациях.

После подбора источников информации обучающийся должен разработать и утвердить у преподавателя план курсовой работы и приступить к написанию курсовой работы. План курсовой работы предоставляется для утверждения преподавателю, ведущему дисциплину «Экономика и организация туроператорской и турагентской деятельности».

Качественно выполненная курсовая работа характеризуется глубоким анализом степени развития отдельных видов туризма на территории Оренбургской области, либо состояния практических аспектов деятельности конкретной туристской фирмы (имидж, процесс обслуживания клиентов, продвижение туристских продуктов и пр.). Определение перспектив развития туристской деятельности, направлений совершенствования отдельных элементов туристской индустрии, разработка туристских маршрутов и экскурсий является обязательным для получения положительной оценки за курсовую работу.

Причиной низкой оценки может быть простое переписывание материала из источников, без аналитического осмысления, использование устаревших данных.

Курсовая работа должна содержать текстовую часть.

Текстовая часть курсовой работы содержит следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание;
- аннотацию;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение,
- список использованных источников;
- приложения.

Основная часть курсовой работы включает три главы, но в самой работе слово «глава» не указывается.

Текст курсовой работы выполняется на листах формата А4 (210x297мм) по ГОСТ 2.301-68.

На компьютере текст должен быть оформлен в текстовом редакторе MicrosoftWord. Тип шрифта: TimesNewRomanCyr. Шрифт основного текста –

обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов (выравнивание по ширине), структурных элементов «Аннотация», «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников», «Приложение» – полужирный, размер 16 пт (выравнивание по центру). Шрифт заголовков подразделов – полужирный, размер 14 пт (выравнивание по ширине).

Межсимвольный интервал – обычный. Межстрочный интервал – одинарный. Выравнивание текста по ширине. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и равен 1,25 мм. Размеры полей: левое – 30 мм; правое – 10 мм; верхнее и нижнее – 20 мм.

Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки, начиная с введения.

Оформление перечислений, формул, таблиц, рисунков, приложений осуществляется в соответствии с СТО 02069024. 101 – 2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления», размещенного на сайте ОГУ <http://osu.ru/doc/385>.

Объем курсовой работы составляет 30-35 страниц без приложений. Каждую главу рекомендуется начинать с нового листа. Подразделы внутри главы располагаются через интервал после заголовка раздела или предыдущего текста.

Готовую курсовую работу необходимо сдать на проверку преподавателю за месяц до начала сессии, зарегистрировав работу на кафедре в журнале для регистрации курсовых работ. Проверка курсовой работы осуществляется преподавателем в течение десяти дней. Доработанная курсовая работа предоставляется на повторную проверку преподавателю за семь дней до зачетной недели. Защита курсовой работы проводится на зачетной неделе в форме собеседования. По результатам собеседования выставляется оценка.

2 Тематика курсовых работ

Примерная тематика курсовых работ:

- 1 Организация групповых и индивидуальных туров (на примере организации).
- 2 Организация договорных отношений в туристской индустрии (на примере организации).
- 3 Особенности взаимодействия с туристскими операторами (на примере туристского агентства).
- 4 Организация деятельности регионального туристского оператора (на примере туристского оператора).
- 5 Экономика и организация региональной сети представительств и филиалов (на примере организации).
- 6 Организация взаимодействия оператора и агентств (на примере туроператора).
- 7 Организация функционирования регионального представительства туристского оператора (на примере туристского оператора).
- 8 Экономико-организационное обоснование дифференциации обслуживания туристов (на примере организации).
- 9 Организация взаимоотношений с туристами в конфликтных ситуациях (на примере организации).
- 10 Экономика и организация продвижения туристских продуктов (на примере организации).
- 11 Экономико-организационное обоснование специализированных туров (на примере организации).
- 12 Организация комплекса экскурсионных маршрутов для детей (на примере организации с учетом специфики социальной группы).
- 13 Организация массовых зрелищ и мероприятий как фактор развития туризма (на примере организации или региона).
- 14 Организация межрегиональных туров (на территории Приволжского федерального округа).
- 15 Экономика и организация производства сувенирной продукции (на примере организации).
- 16 Экономика и организация анимационных программ (на примере организации).
- 17 Организация внутреннего документооборота (на примере организации).
- 18 Оценка конкурентоспособности туристского предприятия (на примере организации)

19 Маркетинговые исследования как основа деятельности туроператоров и турагентств (на примере организации).

20 Технологические особенности выставочной деятельности в туристском бизнесе (на примере организации).

Данный перечень тем может дополняться и уточняться в зависимости от специфики объекта исследования, то есть конкретной организации туристской индустрии. Данное уточнение должно быть согласовано с руководителем курсовой работы. В названии каждой темы указывается объект исследования. Например: «Организация взаимодействия оператора и агентств (на примере ООО «Планета туризма»).

Темы курсовых работ разделены на 2 блока: рассматриваемые на примере туристского агентства или оператора. Допускается подготовка курсовой работы по инициативной теме, предложенной магистрантом или заказанной организацией туристской индустрии (посредством письма руководителя организации).

3 Примерное содержание теоретической и практической части курсовой работы по темам

Тема 1 - Организация групповых и индивидуальных туров (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы необходимо дать основные понятия и определения группового и индивидуального туризма; выделить виды группового и индивидуального туризма; изучить особенности организации групповых и индивидуальных туров (изложить с использованием схем, таблиц).

В практической части раскрываются: порядок организации данных туров, различия между данными процессами, последовательность работы с клиентами, характеристики основных туров, проведенных организацией за последние 2-3 года, взаимодействие с партнерами по организации туров. Анализируются динамика количества и структура обслуженных клиентов, затраты и доходы от туров, распределение обязанностей между сотрудниками по организации туров. Выявляются проблемы и недостатки в организации туров. Иными словами содержание теоретической части раскрывается на примере туристской организации.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию организации группового и индивидуального туризма на выбранном предприятии, предложить программу организации группового и/или индивидуального тура на примере объекта исследования.

Тема 2 - Организация договорных отношений в туристской индустрии (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть сущность и значение договорных отношений в туризме; выделить виды и особенности договоров; изучить нормативно-правовую базу, регулиующую договорные отношения в туризме.

В практической части анализируются: количество договоров с поставщиками и клиентами, их структура по признакам постоянства, долгосрочности, видам договоров и др. Раскрываются: особенности и характеристика типов договоров, распределение обязанностей между сотрудниками по заключению, выполнению и контролю за договорами. Выявляются проблемы и недостатки в организации договорных отношений. При наличии конфликтов дается характеристика организации их разрешения. Таким образом, раскрываются вопросы теоретической части на примере одного из туристских предприятий.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию договорных отношений на примере объекта исследования.

Тема 3 - Особенности взаимодействия с туристскими операторами (на примере туристского агентства)

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть сущность и виды туристских операторов, их отличия от турагентств по функциям и законодательным требованиям; дать характеристику взаимодействия агентства с операторами (типовые и индивидуальные договорные отношения, виды и размеры вознаграждений, требования к агентствам); выявить основное содержание и особенности взаимодействия различных видов операторов и агентств.

В практической части курсовой работы анализируются: количество и структура операторов, с которыми работает объект исследования; количество и структура приобретенных у туроператоров туристских продуктов (в натуральных и стоимостных единицах измерения); размеры комиссионных вознаграждений по операторам (договорные и фактические). Дается характеристика особенностей работы с отдельными операторами; факторов, способствующих или препятствующих эффективному взаимодействию; выявляются недостатки и проблемы взаимодействия.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию взаимодействия объекта исследования с операторами, дать организационно-экономическое обоснование предложений.

Тема 4 - Организация деятельности регионального туристского оператора (на примере туристского оператора)

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть сущность и виды туристских операторов, их отличия от турагентств по функциям и законодательным требованиям; дать характеристику взаимодействия регионального туроператора с агентствами (типовые и индивидуальные договорные отношения, виды и размеры вознаграждений, требования к агентствам, основной документооборот); выявить основное содержание и особенности взаимодействия регионального оператора и агентств (схематичное описание процессов).

В практической части курсовой работы анализируются: количество и структура агентств, с которыми работает объект исследования; количество и структура приобретенных у туроператоров туристских продуктов (в натуральных и стоимостных единицах измерения); размеры комиссионных вознаграждений по

агентствам (договорные и фактические). Дается характеристика особенностей работы с отдельными агентствами; факторов, способствующих или препятствующих эффективному взаимодействию; выявляются недостатки и проблемы взаимодействия.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию взаимодействия объекта исследования с агентствами, дать организационно-экономическое обоснование предложений.

Тема 5 - Экономика и организация региональной сети представительств и филиалов (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть сущность и виды туристских операторов, их отличия от турагентств по функциям и законодательным требованиям; дать характеристику процесса организации собственной сети региональных представительств и филиалов; различий между представительством и филиалом; привести основные этапы экономического обоснования целесообразности организации региональной сети; взаимодействия региональных представительств и филиалов с туроператором (типовые и индивидуальные договорные отношения, виды и размеры вознаграждений, требования к филиалам и представительством, основной документооборот); выявить основное содержание и особенности взаимодействия регионального представительства или филиала с оператором (схематичное описание процессов).

В практической части курсовой работы анализируются: количество и структура сети и оператора, с которым работает объект исследования; количество и структура сети представительств и филиалов, количество приобретенных у туроператора туристских продуктов (в натуральных и стоимостных единицах измерения); размеры комиссионных вознаграждений по представительством и филиалам (договорные и фактические). Дается характеристика особенностей работы с отдельными представительством (или наоборот, представительства с оператором); факторов, способствующих или препятствующих эффективному взаимодействию; выявляются недостатки и проблемы взаимодействия.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию взаимодействия объекта исследования с представительством и филиалами (или представительства с оператором), дать организационно-экономическое обоснование предложений.

Тема 6 - Организация взаимодействия оператора и агентств (на примере туроператора).

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть сущность и виды туристских операторов, их отличия от турагентств по функциям

и законодательным требованиям; дать характеристику взаимодействия туроператора с агентствами (типовые и индивидуальные договорные отношения, виды и размеры вознаграждений, требования к агентствам, основной документооборот); выявить основное содержание и особенности взаимодействия оператора и агентств (схематичное описание процессов).

В практической части курсовой работы анализируются: количество и структура агентств, с которыми работает объект исследования; количество и структура приобретенных у туроператора туристских продуктов (в натуральных и стоимостных единицах измерения); размеры комиссионных вознаграждений по агентствам (договорные и фактические). Дается характеристика особенностей работы с отдельными агентствами; факторов, способствующих или препятствующих эффективному взаимодействию; выявляются недостатки и проблемы взаимодействия.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию взаимодействия объекта исследования с агентствами, дать организационно-экономическое обоснование предложений.

Тема 7 - Организация функционирования регионального представительства туристского оператора (на примере туристского оператора)

В теоретической части курсовой работы необходимо: рассмотреть сущность и виды туристских операторов, их отличия от турагентств по функциям и законодательным требованиям; дать характеристику взаимодействия агентства с операторами (типовые и индивидуальные договорные отношения, виды и размеры вознаграждений, требования к агентствам); представить порядок организации и регистрации регионального представительства туроператора (обоснование целесообразности, условий функционирования и взаимодействия с «головной компанией»).

В практической части курсовой работы анализируются: количество и структура проданных туристских продуктов «головного» туроператора (в натуральных и стоимостных единицах измерения); каналы распространения турпродуктов региональным представительством; размеры комиссионных вознаграждений (договорные и фактические). Дается характеристика особенностей работы регионального представительства с отдельными партнерами (физическими и юридическими лицами), а также «головного» оператора; факторов, способствующих или препятствующих эффективному взаимодействию; выявляются недостатки и проблемы взаимодействия.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию взаимодействия объекта

исследования с клиентами и партнерами, дать организационно-экономическое обоснование предложений.

Тема 8 - Экономико-организационное обоснование дифференциации обслуживания туристов (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы рассматриваются: сущность дифференцированного подхода к обслуживанию туристов; классификация туристов по различным признакам; особенности обслуживания различных категорий туристов; экономико-организационное обоснование целесообразности дифференцированного обслуживания.

В практической части курсовой работы анализируются: динамика и структура обслуженных организацией туристов за 2-3 последних года, динамика и структура доходов и расходов организации от различных групп туристов (клиентов). Дается характеристика процесса обслуживания как минимум двух типов туристов, выявляются недостатки и резервы улучшения обслуживания, приводятся результаты анкетирования туристов по качеству обслуживания, проводится сравнение процесса обслуживания в данной организации и в организации конкуренте (или с другой базой сравнения).

В рекомендательной части курсовой работы разрабатываются программы обслуживания для двух-трех групп туристов и клиентов с подробным организационным обоснованием в виде схем, моделей, алгоритмов, распределением обязанностей; предлагается комплекс мероприятий по совершенствованию обслуживания туристов (клиентов) с экономико-организационным обоснованием.

Тема 9 - Организация взаимоотношений с туристами в конфликтных ситуациях (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы рассматриваются: понятие, содержание и специфика процесса обслуживания клиентов на предприятии туристской индустрии; понятие, виды, причины конфликтов с клиентами в туристской индустрии и методы их разрешения; нормативная база взаимоотношений с клиентами в сфере услуг в целом и туризме, в частности.

В практической части курсовой работы анализируются: динамика и структура обслуженных организацией туристов за 2-3 последних года, динамика и структура доходов и расходов организации от различных групп туристов (клиентов). Рассматриваются количество и структура конфликтов, процесс их фактического разрешения, результаты конфликтов. Дается оценка правомерности и целесообразности действий сотрудников турфирмы в конфликте. Описывается имеющаяся в организации нормативная база и уровень организационной культуры по разрешению конфликтов.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию обслуживания клиентов туристской фирмы для предотвращения конфликтов и \ или минимизации их негативных последствий для клиентов и туристской организации.

Тема 10 - Экономика и организация продвижения туристских продуктов (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы рассматриваются: сущность и специфика продвижения туристского продукта; характеристики рекламных и нерекламных методов продвижения туристского продукта; используемые методы продвижения туристского продукта на мировом, российском и региональном рынках турпродуктов (сравнительный анализ). Приводится методика оценки эффективности (результативности) мероприятий по продвижению турпродуктов.

В аналитической части курсовой работы анализируются: динамика и структура обслуженных организацией туристов за 2-3 последних года, динамика и структура доходов и расходов организации от различных групп туристов (клиентов), затраты на мероприятия по продвижению турпродуктов. Рассматриваются наиболее значимые для организации методы продвижения (организация проведения, целесообразность времени, места и формы проведения) и анализируется их эффективность. Выявляются недостатки в организации продвижения.

В рекомендательной части курсовой работы выявляются методы, наиболее эффективные для продвижения турпродукта объекта исследования с учетом его специфики. Разрабатывается комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта с экономико-организационным обоснованием для выбранного в качестве объекта исследования туристского предприятия.

Тема 11 - Экономико-организационное обоснование специализированных туров (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы рассматриваются: виды специализированных туров (лечебных, образовательных, «шоп-туров» и т.п.), их востребованность на мировом, российском и региональном рынках туристских продуктов. Выделяются особенности организации отдельных видов специализированных туров (с детализацией того вида, который осуществляется в организации – объекте исследования).

В практической части курсовой работы анализируются: количество и структура осуществленных специализированных туров в организации за последние 2-3 года; доходы и затраты организации на данные туры, популярность и востребованность со стороны клиентов. Приводится описание процесса организации работы с клиентами по продаже специализированных туров.

Выявляются недостатки и проблемы в организации таких туров и работе с клиентами.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию организации специализированных туров, обслуживанию клиентов с экономико-организационным обоснованием для выбранного в качестве объекта исследования туристского предприятия.

Тема 12 - Организация комплекса экскурсионных маршрутов для детей (на примере организации с учетом специфики социальной группы)

В теоретической части курсовой работы рассматриваются: классификация и виды современного детского туризма; правовые аспекты организации детского туризма; мировой и российский опыт организации экскурсионных маршрутов для детей с учетом специфики социальных групп (возраст, национально-культурные характеристики, хобби и увлечения).

В практической части курсовой работы анализируются: динамика и структура экскурсий и маршрутов для детей за последние два-три года; доходы и затраты фирмы; количество и структура обслуженных клиентов. Рассматриваются основные характеристики маршрутов и экскурсий, организация их проведения, обеспечение безопасности и контроля, популярность маршрутов. Делаются выводы о востребованности экскурсий, каналах продвижения, постоянстве базы клиентов, особенностях разработки самих экскурсий и их текстового содержания, недоработках и проблемах в организации.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать тематический комплекс экскурсий для детей; осуществить организационно-экономическое обоснование комплекса и иных мероприятий.

Тема 13 - Организация массовых зрелищ и мероприятий как фактор развития туризма (на примере организации или региона)

В теоретической части курсовой работы рассматриваются: понятия и виды культурно-массовых мероприятий по различным признакам; особенности организации конкретных видов мероприятий (день города, выставка регионального уровня, фестиваль, конгресс и т.п.); средства обеспечения известности, безопасности, сопровождения дополнительными услугами; принципы, требования и правила организации подобных мероприятий.

В практической части курсовой работы анализируются: количество и структура массовых мероприятий в области (муниципальном образовании) за последние два-три года; уровень их популярности, массовости; уровень организации; организация взаимодействия с партнерами. Выявляются недостатки и проблемы в организации мероприятий.

В рекомендательной части курсовой работы разрабатывается программа проведения массового мероприятия: определяется вид, аудитория, период, сценарий, участники, средства и ресурсы. Необходимо обосновать возможность постоянного проведения мероприятия и его туристскую привлекательность.

Тема 14 - Организация межрегиональных туров (на территории Приволжского федерального округа)

В теоретической части курсовой работы необходимо проанализировать виды туристских маршрутов, представить их классификацию и характеристику; рассмотреть аспекты разработки и организации туристских маршрутов с учетом специфики регионов.

В практической части курсовой работы необходимо дать краткую характеристику туристского потенциала федерального округа; проанализировать существующие предложения межрегиональных туристских маршрутов, выявить проблемы предложения и организации данных маршрутов.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать межрегиональный туристский маршрут; комплекс мероприятий по совершенствованию организации внутреннего туризма в Приволжском федеральном округе или совокупности его регионов.

Тема 15 - Экономика и организация производства сувенирной продукции (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы необходимо проанализировать понятия и виды сувенирной продукции на мировом, федеральном или региональном рынке; использование сувениров как получение способ дополнительных доходов; принципы ценообразования на различные виды сувенирной продукции. Продукция народных промыслов и ремесел как разновидность сувениров.

В практической части курсовой работы характеризуются основные виды сувенирной продукции, выпускаемой в регионе, ее ассортимент, соответствие специфике региона, его культурным и иным традициям. Рассчитываются себестоимость и цена на отдельные виды сувениров или продукции народных промыслов.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс сувениров, отражающих региональную специфику; дать экономическое обоснование целесообразности их выпуска и распространения.

Тема 16 - Экономика и организация анимационных программ (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы рассматриваются понятия «досуг», «туристская анимация»; особенности организации досуга туристов и отдыхающих; особенности анимационных программ в зависимости от категории туристов и вида организации туристской индустрии (санаторий, молодежный лагерь, отель, пляжный комплекс и т.п.). Анализируется современное состояние анимационного обслуживания туристов в Российской Федерации, регионе.

В практической части курсовой работы дается характеристика анимационных программ, проводимых организацией – виды, тематика, регулярность проведения. Раскрываются особенности организации анимационных программ, выявляются их достоинства, недостатки, проблемы.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию анимации обслуживания туристов и представить организационно-экономическое обоснование его внедрения.

Тема 17 - Организация внутреннего документооборота (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы рассматриваются основные виды документов, используемых в организациях туризма (общий документооборот, документы по оформлению туров, бухгалтерская отчетность и т.п.).

В практической части курсовой работы описывается документооборот конкретной организации, обязанности сотрудников по его оформлению, выявляются проблемы и недостатки в оформлении документов и их оборота.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать мероприятия по корректировке документооборота, его автоматизации и т.п.

Тема 18 - Оценка конкурентоспособности туристского предприятия (на примере организации)

В теоретической части курсовой работы необходимо дать определение понятию «конкурентоспособность», проанализировать сущность и факторы конкурентоспособности туристских фирм; рассмотреть методы оценки конкурентоспособности туристских фирм.

В практической части курсовой работы необходимо применить методики оценки конкурентоспособности выбранной в качестве объекта туристской фирмы: представить организационно-экономическую характеристику деятельности фирмы, проанализировать внешнюю среду фирмы; провести оценку конкурентоспособности фирмы; выявить перспективы дальнейшего развития в работе по данному направлению.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию обслуживания клиентов туристской фирмы на основе результатов оценки конкурентоспособности.

Тема 19 - Маркетинговые исследования как основа деятельности туроператоров и турагентств (на примере конкретной организации).

В теоретической части курсовой работы необходимо дать определение, представить основные направления маркетинговой деятельности туроператоров и турагентств, проанализировать направления и этапы маркетинговых исследований; рассмотреть направления маркетинговых исследований туроператоров и турагентств.

В практической части курсовой работы необходимо проанализировать маркетинговую деятельность конкретной организации: представить организационно-экономическую характеристику деятельности туроператора или турагентства; провести оценку маркетинговой деятельности данной организации, в том числе проведению маркетинговых исследований; выявить перспективы дальнейшего развития в работе по данному направлению.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий по совершенствованию разработки программы и проведения маркетинговых исследований исследуемого туроператора или турагентства.

Тема 20 – Технологические особенности выставочной деятельности в туристском бизнесе (на примере организации).

В теоретической части курсовой работы рассматриваются особенности выставочной деятельности в туристском бизнесе: представляется понятие и классификация выставок; определяются цели и задачи участия в выставке туристических организаций; анализируются мировые тенденции развития выставочной деятельности в туристском бизнесе.

В практической части курсовой работы необходимо проанализировать выставочную деятельность конкретной организации: представить организационно-экономическую характеристику деятельности туроператора или турагентства; проанализировать маркетинговую деятельность данной организации, в том числе в рамках участия в выставках различного уровня и тематики; выявить перспективы дальнейшего развития в работе по данному направлению.

В рекомендательной части курсовой работы необходимо разработать комплекс мероприятий, ориентированных на совершенствование выставочной деятельности исследуемого туроператора или турагентства.

4 Общие требования к изложению текста курсовой работы

4.1 Введение

Введение является вступительной частью текста курсовой работы. Во введении указывают:

1) Актуальность выбранной темы обосновывается исходя из объекта и предмета исследования, а также перспективности развития того или иного вида туризма или направления туристско-рекреационной деятельности туристских организаций.

2) Цель работы (отвечает на вопрос: «что должно быть достигнуто в ходе выполнения работы?»). Например, целью может являться изучение теоретических и методических основ организации экскурсионных маршрутов для детей, а также разработка практических рекомендаций для активизации развития детского туризма в Оренбургской области. Также в формулировке цели могут использоваться слова «современное состояние», «проблемы», «совершенствование», «разработка», «анализ», «выявление», «определение» и другие.

3) Задачи, которые необходимо решить для ее достижения (задачи должны быть ответом на вопрос: «как будет достигнута цель исследования?»). Задачи курсовой работы, как правило, формулируются по содержанию глав, при этом используются такие глаголы как «изучить», «рассмотреть», «представить», «дать», «проанализировать», «оценить», «предложить», «разработать», «обосновать» и прочие.

4) Объект и предмет исследования - объектом может являться конкретная туристическая организация – туроператор или турагентство (ООО «Евразия», турагентство «А-тур», ИП Петров И.И. и т.п.); предметом исследования может являться развитие определенного вида туризма, процесс обслуживания клиентов, обеспечение конкурентоспособности туристской организации и т.п. (предмет определяется исходя из формулировки темы курсовой работы и ее предмета).

5) Методы, с помощью которых будут решаться поставленные задачи. Сущность метода заключается в его ориентации на организацию и регулирование процесса достижения целей. Недопустимо выбирать метод исследования наугад, он должен быть обоснованным и необходимым для конкретной работы. Среди теоретических методов исследования выделяются: изучение и анализ литературы; изучение и анализ документации, архивных источников; абстрагирование; аналогия; классификация; обобщение; сравнительный анализ; синтез (объединение) и другие. Эмпирические методы исследования включают в

себя: моделирование, наблюдение, эксперименты, измерения, расчеты, описание, опрос, интервью и другие.

Также во введении может описываться практическое значение исследования для развития конкретного вида туризма или туристской организации, определяются этапы работы, информационная база исследования.

Введение по объему должно составлять 1 – 1,5 листа.

4.2 Содержание основной части курсовой работы

Основная часть курсовой работы включает в себя три главы, содержание которых зависит от конкретной выбранной темы и кратко представлено в 3 разделе данных методических указаний. В каждой главе курсовой работы должно быть 2-3 пункта, названия которых обучающиеся формулируют сами, в зависимости от отобранного материала и выделенных проблем в рамках тематики курсовой.

В первом (теоретическом) разделе курсовой работы обучающийся раскрывает общетеоретические проблемы выбранной темы в современных условиях состояния туризма в мире, Российской Федерации и Оренбургской области, критически осмысливает взгляды теоретиков и практиков туризма на исследуемую проблему. Теоретическая часть курсовой работы должна включать сущность, структуру, функции, принципы, правила, цели и задачи, методы и способы, относящиеся к предмету исследования или вопросу деятельности туристской организации.

Решающим фактором успешного написания этого раздела курсовой работы является тщательное и всестороннее изучение литературы по избранной теме (учебная и научная литературы, периодические издания). Обязательным является ссылка на использованные источники. Первый раздел по объему должна занимать примерно 11-12 страниц.

Второй (аналитический) раздел курсовой работы включает общую и экономическую характеристику организации, выбранной обучающимся в качестве объекта исследования, анализ сложившейся в организации ситуации в целом и по исследуемой теме, характеристику отдельных аспектов изучаемой проблемы в соответствии с изложенными ранее теоретическими основами. Первый подраздел раздела, посвященный характеристике организации включает: описание местоположения, период функционирования организации, краткую характеристику основных услуг. Приводится таблица основных показателей организации за два-три последний года, графический материал по количеству и динамике клиентов, партнеров и т.п.

Основным содержанием этого этапа работы должен являться сбор достоверной и полной информации об исследуемой организации, содержащейся в статистической отчетности, данных оперативного и бухгалтерского учета и других внутренних документах организации за 2-3 последних года. Исследование должно проводиться на основе цифрового и эмпирического материала, излагаемого в виде таблиц, схем, рисунков. Приветствуется использование методик, подходов, алгоритмов для исследования и оценки, разработанных в диссертационных исследованиях по данной тематике. На основе характеристики и анализа состояния предмета исследования магистрантом формулируются выводы, содержащие: достоинства и недостатки в деятельности организации; внутренние и внешние факторы, влияющие на состояние предмета исследования; существующие в организации проблемы. Наличие выводов позволяет разработать направления и мероприятия по совершенствованию деятельности турагентства (туроператора).

Объем аналитического раздела составляет 13-15 страниц.

Третий (рекомендательный) раздел курсовой работы должен содержать рекомендации, мероприятия и предложения по решению выявленных проблем в развитии конкретного вида туризма или деятельности туристского предприятия, с указанием основных путей и перспектив для развития. Данные предложения должны быть разработаны обучающимся самостоятельно, обоснованно экономически и/или организационно для применения на предприятии (регионе). Для разработки мероприятий, предложений, их обоснования с экономических и управленческих позиций обучающийся должен применить методику, заимствованную из диссертационных исследований или разработать собственную. Объем данного раздела должен составлять 9-10 страниц.

Каждый подпункт (например, 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2 и т.д.) должен содержать графический материал (таблицы, рисунки, диаграммы, графики), придающий курсовой работе наглядность. Примеры таблиц и рисунков для курсовой работы представлены ниже.

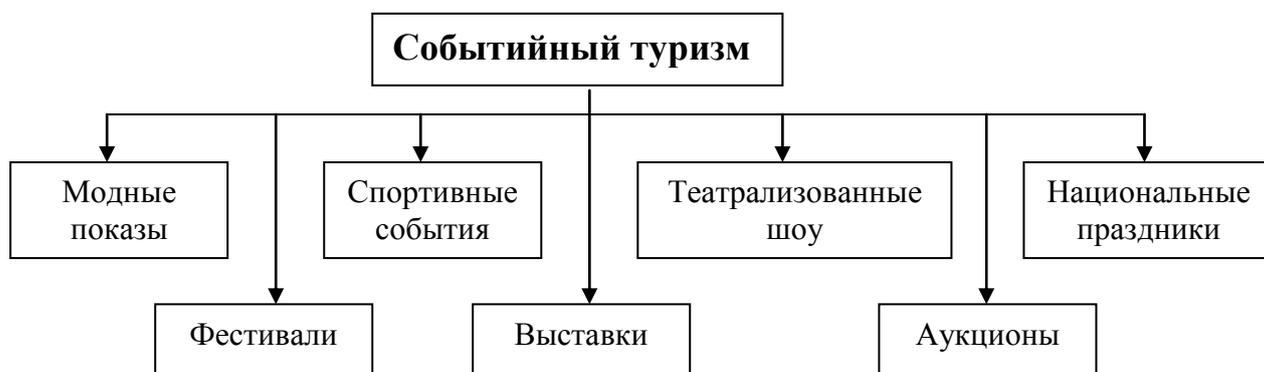


Рисунок 1 – Объекты событийного туризма

Таблица 1 – Основные экономические показатели работы ООО «Кван» за 2016 – 2018 гг.

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, +,-		Темп роста, %	
				2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Объем реализации услуг, товаров, продукции, тыс. руб.	14317,5	14677,5	14891,1	+360,0	+213,5	108,3	104,6
Сумма комиссионного вознаграждения, тыс. руб.	2147,6	2201,6	2233,6	+ 54	+ 32,1	108,3	104,6
Затраты на производство и реализацию, тыс. руб.	984,6	997,2	1062,3	+ 12,6	+ 65,1	101,3	106,5
Прибыль от реализации, тыс. руб.	1163,0	1204,4	1171,3	+ 41,4	- 33,1	103,6	97,2
Налог на прибыль, тыс. руб.	232,6	240,9	234,3	-	-	-	-
Чистая прибыль	930,4	963,5	937,0	33,1	-26,5	103,6	97,2
Среднесписочная численность работников, чел.	4	4	4	-	-	-	-
Фонд заработной платы работников, тыс. руб.	748,8	748,8	748,8	0	0	0	0
Рентабельность услуг, %	118,1	120,8	110,3	-	-	-	-

Таблица 2 – Выставки, проводимые ООО «УралЭкспо» за 2015-2018 г.

Название	Дата проведения				Количество экспонентов			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018

Таблица 3 – Краткая характеристика санаториев Оренбургской области (по состоянию на 01.02.2019 г.)

Название	Место расположения	Вместимость, чел.	Профиль лечения заболеваний	Оказываемые услуги

Таблица 4 – Калькуляция статей затрат по организации маршрута «Между Европой и Азией»

Наименование статьи затрат	Сумма на одного человека	Сумма на группу (10 человек)

Таблица 5 – Основные преимущества и недостатки рекламных средств

Наименование рекламного средства	Преимущества	Недостатки
Телевидение		
Радио		
Газеты и журналы		
Печатная реклама (буклеты, каталоги)		
Наружная реклама (билборды, афиши, электронные табло)		

Таблица 6 – Предложения экскурсий туристскими фирмами г. Оренбурга

Название туристской фирмы	Название экскурсии	Стоимость, руб.	Минимальное кол-во человек в группе	Примечание

Таблица 7 – План проведения выставки-ярмарки

Время	Мероприятие	Участники	Программа

На каждый рисунок или таблицу в тексте ставятся ссылки (например, в таблице 5 представлены формы обучения сотрудников, используемые в ООО «.....»). Если в таблице или на рисунке представлены данные, взятые из какого-либо источника, на него обязательно размещается ссылка, а сам источник указывается в списке использованных источников.

4.3 Заключение

Заключение курсовой работы должно включать основные результаты проведенного исследования по выбранной теме, включая основные выводы по всем подразделам работы (теоретической, аналитической и рекомендательной). Объем заключения - около 2 страниц.

4.4 Оформление и содержание списка использованных источников

В конце текста приводится список использованных источников, нормативно-технической и другой документации, использованной при составлении текста работы и подготовки графического материала. Список использованных источников оформляется в соответствии с требованиями СТО 02069024.101 - 2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления», размещенного на сайте ОГУ http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015_.pdf

Список рекомендуемой литературы для написания курсовой работы приведен ниже, однако большинство актуальной информации необходимо искать в актуальных источниках в сети Интернет (официальных сайтах туристских фирм, туристско-информационных порталах, сайтах федерального и региональных органов исполнительной власти в сфере туризма и др.). Список использованных источников должен содержать не менее 25 источников.

4.5 Приложения

В приложениях приводятся справочные материалы (карты, фотографии и пр.), а также другие материалы, использование которых в основном тексте работы перегружают ее, не соответствуют логике изложения материала курсовой работы, а также усложняют восприятие информации.

Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его буквенного обозначения, а под ним в скобках для обязательного приложения пишут слово «обязательное», а для информативного – «рекомендуемое» или «справочное». Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с заглавной буквы отдельной строкой. Если в работе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Приложения обозначают прописными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ. Все приложения должны быть перечислены в содержании курсовой работы. В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки, например: «...в приложении В». Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте.

5 Порядок защиты и критерии оценки курсовой работы

Результаты выполняемой работы излагаются в письменном виде, сдаются для проверки на кафедру управления персоналом, сервиса и туризма, устно защищаются в установленные дни защиты курсовых работ.

Если курсовая работа выполнена с нарушением требований настоящих методических рекомендаций, то руководитель может высказать замечания по представленной работе и предложить устранить замечания до защиты, а в случае серьезных замечаний – перенести срок защиты.

Основными критериями оценки курсовых работ являются:

1 Соответствие содержания курсовой работы теме исследования, поставленным целям и задачам – наличие анализа достаточного количества источников по проблематике темы работы, присутствие доказательств теоретического и аналитического характера, логики изложения материала, наличие творческого потенциала у автора курсовой работы. Несоблюдение вышеперечисленных требований может привести к снижению оценки за курсовую работу.

2 Обоснованность актуальности темы исследования – выбранная тема и предмет исследования должны быть актуальными для выбранной в качестве объекта туристской фирмы. В случае если выбранная тема курсовой работы связана с Оренбургской областью как объектом исследования, то актуальность работы должна обосновываться исходя из тенденций развития туристской деятельности в регионе. Отсутствие обоснования актуальности работы или слабое развитие этой темы во введении может существенно снизить оценку за курсовую работу.

3 Практическая значимость выводов и рекомендаций, предложенных автором в третьей главе курсовой работы – рекомендации должны содержать новое, оригинальное решение той проблемы, которая рассматривалась в курсовой работе. Отсутствие оригинальных рассуждений автора может стать основанием для снижения оценки.

4 Степень самостоятельности автора работы – оценивается проявление собственного, авторского мнения обучающегося, которое было высказано в ходе поиска решений проблемы, заявленной в цели исследования. В рамках этого критерия оценки предусмотрена проверка материалов курсовой работы на плагиат. Если будет установлена или подтверждена компилятивность материалов, то оценка не поднимется выше «удовлетворительно».

5 Общий уровень грамотности – курсовая работа должна быть написана с соблюдением канонов стилистики научного текста, правил орфографии и грамматики. Несоблюдение научного стиля изложения, ошибки в употреблении

понятий и терминов, ошибки в тексте, существенно снижают оценку за курсовую работу.

К защите обучающийся готовит устное выступление не более чем на 5-6 минут. На защите обучающийся демонстрирует знания по освещаемой проблеме, уделяя особое внимание выводам и результатам проведенного исследования в рамках практической и рекомендательной частей курсовой работы. При необходимости доклад может сопровождаться соответствующей компьютерной презентацией основных положений исследования (не более 9-10 слайдов). После окончания доклада обучающийся отвечает на вопросы по теме исследования. В таблице 8 представлены критерии оценки обучающегося при защите курсовой работы.

Таблица 8 – Критерии оценки обучающегося при защите курсовой работы

Оценка	Характеристика курсовой работы и доклада
Отлично	1 В полном объеме используется основная, периодическая литература, интернет-ресурсы, нормативно-правовая база по теме исследования. 2 Дано теоретическое обоснование актуальности темы исследования и анализ современного состояния проблемы. 3 Обобщен собственный опыт, иллюстрируемый различными наглядными материалами, сделаны выводы и даны практические рекомендации. 4 Работа безукоризненна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.). 5 Соблюдался график выполнения курсовой работы. 6 При защите обучающийся уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает представленный материал; 7 Умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им выводы и предложения.
Хорошо	1 В полном объеме используется основная, периодическая литература, интернет-ресурсы, нормативно-правовая база по теме исследования. 2 Дано теоретическое обоснование актуальности темы исследования и анализ современного состояния проблемы. 3 Недостаточно обобщен собственный опыт, иллюстрируемый различными наглядными материалами, сделаны выводы и даны практические рекомендации. 4 Работа безукоризненна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.). 5 Соблюдался график выполнения курсовой работы. 6 При защите обучающийся уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает представленный материал; 7 Умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им выводы и предложения, но допускает неточности в форме и стиле ответа.
Удовлетворительно	1 Библиографический список по теме исследования ограничен. 2 Дано только теоретическое обоснование актуальной темы. 3 Недостаточно обобщен собственный опыт, иллюстрируемый различными наглядными материалами. 4 Курсовая работа несовершенна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.). 5 График выполнения курсовой работы соблюдался частично. 6 При защите обучающийся допускает ошибки и неточности; затрудняется в формулировании выводов и обобщений.

6 Литература, рекомендуемая для изучения при выполнении курсовой работы

Основная литература:

1 Александрова А.Ю. География туризма: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Туризм» / под ред. А. Ю. Александровой.- 3-е изд., испр. - Москва: КноРус, 2015. - 592 с.

2 Бобкова, А. Г. Безопасность туризма [Текст] : учебник для обучения студентов вузов по направлению подготовки «Туризм» / А. Г. Бобкова, С. А. Кудреватых, Е. Л. Писаревский; под общ. ред. Е. Л. Писаревского. - Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. - 272 с.

3 Трухачев, А. В. Туризм. Введение в туризм: учебник [Электронный ресурс] / Трухачев А. В., Таранова И. В. - Ставропольский государственный аграрный университет, 2013. (режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233099>).

4 География туризма: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Туризм» / под ред. А. Ю. Александровой.- 3-е изд., испр. - Москва: КноРус, 2015. - 592 с.

5 Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «Туризм» (квалификация «бакалавр») / Е. А. Джанджугазова. - Москва: Академия, 2014. - 272 с.

6 Левочкина Н. А. Ресурсы регионального туризма: структура, виды и особенности управления [Электронный ресурс] / Левочкина Н. А. - Директ-Медиа, 2013. (режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=134541>).

7 Полухина А. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] / Полухина А. Н. - Йошкар-Ола, 2012. (режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277048>).

8 Косолапов, А. Б. География российского внутреннего туризма [Текст]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / А. Б. Косолапов. - Москва: КНОРУС, 2008. - 271 с.

9 Чудновский, А. Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта [Текст]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр») / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. - Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 304 с.

10 Географический атлас Оренбургской области / науч. ред. и сост. А. А. Чибилев; Рос.акад. наук, Урал. отд-ние, Ин-т степи. - М.: ДИК; Оренбург: Оренбург.кн. изд-во, 1999.

11 Крутик, А. Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. - М. : Академия, 2010. - 218 с.

12 Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие / А. Б. Косолапов, Т. И. Елисеева.- 5-е изд., стер. - М. : КноРус, 2010. - 199 с.

Дополнительная литература:

1 Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник.- 2-е изд., перераб. и доп. [Электронный ресурс] / Восколович Н. А. - Юнити-Дана, 2015. (режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712>).

2 Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций: учебник [Электронный ресурс] / Рассохина Т. В. - Советский спорт, 2014. (режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258171>)

3 Севастьянова, С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии туризма» / С. А. Севастьянова. - Москва: КНОРУС, 2007. - 256 с.

4 Туризм как вид деятельности [Текст] : учеб. для вузов / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов и др.; Междунар. каф. ЮНЕСКО по культур. туризму в целях мира и развития, Рос. междунар. акад. туризма; Междунар. каф. ЮНЕСКО по культур. туризму в целях мира и развития, Рос. междунар. акад. туризма. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 288 с.

5 Пирогова, А. Ю. Россия на рынке международных туристских услуг [Электронный ресурс] / Пирогова А. Ю. - Уральский международный институт туризма, 2013. (режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430598>)

6 Туризм и отраслевые системы [Текст] : учеб. для вузов / И. В. Зорин [и др.]; Междунар. каф. ЮНЕСКО по культур. туризму в целях мира и развития, Рос. междунар. акад. туризма. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 272 с.

7 Филимонова, И. Ю. Основы рекреационной географии: учеб.пособие / И. Ю. Филимонова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования «Оренбург.гос. ун-т». - Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2011. - 166 с.

8 Чибилев, А. А. Рациональное использование природных ресурсов охраняемых территорий (на примере Оренбургской области) [Текст] : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. А. Чибилев. - Оренбург, 2003. - 150 с.

9 Спасенкова, С. В. Этноконфессиональные ценности русского населения в многонациональном российском регионе (на примере Оренбургской области) [Текст] : 22.00.06: автореф. дис. ... канд. социол. наук / С. В. Спасенкова. – Саратов: 2004. - 19 с.

10 Культура Оренбургского края: история и современность [Текст] : [материалы Вторых Большаковских чтений]: сб. науч. ст. / науч. ред. С. В. Любичанковский. - Оренбург : Димур, 2006. - 252 с.

Периодические издания

1. Туризм: право и экономика : журнал. - М.: Агентство «Роспечать», 2018.
2. Туристический Бизнес : журнал. - М.: АПР, 2018.
3. География и природные ресурсы : журнал. - М.: Агентство «Роспечать», 2018.
4. Известия русского географического общества: журнал. - М.: Агентство «Роспечать», 2018.
5. Маркетинг в России и за рубежом: журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2018.
6. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2018.
7. Методы менеджмента качества: журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2018.
8. Управление развитием персонала: журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2018.
9. Проблемы теории и практики управления: журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2018.
10. Российское предпринимательство : журнал. - М.: Агентство «Роспечать», 2018.

Интернет-ресурсы

1 <http://elibrary.ru> - eLIBRARY.RU - крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) - созданным по заказу Минобрнауки РФ бесплатным общедоступным инструментом измерения и анализа публикационной активности ученых и организаций. eLIBRARY.RU и РИНЦ разработаны и поддерживаются компанией «Научная электронная библиотека».

2 <http://www.vokrugsveta.ru> - электронная версия национального познавательного ежемесячного журнала «Вокруг Света». Издаётся с 1861 года. Содержит полный электронный архив всех выпусков до 1970 года.

3 <http://www.wgeo.ru> - электронная версия познавательного ежемесячного журнала GEO со статьями по географии, истории, культуре, репортажи по этнографии, биологии, психологии, астрономии.

4 <https://russia.travel> - Национальный туристический портал Russia.travel — информационно-познавательный проект Федерального агентства по туризму, посвященный путешествиям по России. Портал является единым информационным ресурсом в сфере туризма, предоставляющим доступную и полную информацию о туристических возможностях России.

5 <https://www.russiatourism.ru> Официальный сайт Федерального агентства по туризму, раздел «Регионы России» содержат много полезной информации по каждому региону, а также ссылки на официальные сайты региональных органов исполнительной власти в сфере туризма.

6 <http://rusotourism.ru> Портал "Отдых и туризм в России" создан для ознакомления с различными видами отдыха, на территории РФ. Каждый турист и посетитель сайта, найдет себе маршрут на свой вкус: исторические экскурсии, морские и речные круизы, туры по России, или отдых на море. Сайт расскажет об истории возникновения туризма в России и его развитии.

7 <http://www.turizm.ru> Большой информационный портал со средней ежедневной посещаемостью более ста тысяч человек. Портал содержит обширные информационные базы по всем странам мира, каталог отелей сайта, отзывы по средствам размещения, туристским фирмам и авиакомпаниям. Сайт активно пополняется уникальным и качественным контентом благодаря профессионалам и обычным путешественникам.

8 <http://oren-turizm.ru> - Портал «Туризм и отдых в Оренбургской области», содержит большое количество разнообразной информации о туристских ресурсах и маршрутах в области, культурных и спортивных событиях, объектах туристской инфраструктуры и пр.

9 <http://www.orenobl.ru> - сайт посвящен вопросам и проблемам развития туризма в Оренбургской области. На данном портале размещена информация о ресурсном потенциале Оренбургской области и перспективах его использования в туризме.