

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И
СПЕЦИАЛИСТОВ, ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

Специальность: 1-89 02 72 Туроператорская и турагентская деятельность

Квалификация: Менеджер по формированию и продаже туристского продукта

**ПЕРАПАДРЫХТОЎКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ І
СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ**

Спецыяльнасць: 1-89 02 72 Тураператарская і турагенцкая дзейнасць

Кваліфікацыя: Менеджар па фарміраванні і продажы турысцкага прадукту

**RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS
HAVING HIGHER EDUCATION**

Speciality: 1-89 02 72 Tour-operator and travel- agent activities

Qualification: Tourism product designing and sale manager

Издание официальное

Министерство образования Республики Беларусь

Минск

Ключевые слова: менеджер по формированию и продаже туристического продукта, туристическая деятельность, субъекты туристической деятельности, туристическая индустрия, туристические ресурсы, туроператорская и турагентская деятельность, формирование тура, продвижение тура, реализация тура

Предисловие

1. РАЗРАБОТАН Учреждением образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (Косяченко Г.П., канд. пед. наук, доц.; Сакун Л.В.; Нехайчик З.А.; Мечковская О.А., канд. геогр. наук, доц.; Разуванов В.М.)

2. ВНЕСЕН отделом повышения квалификации и переподготовки кадров Министерства образования Республики Беларусь по представлению ГУО «Республиканский институт высшей школы»

3. УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 07.08.2017 г. № 102

4. ВЗАМЕН утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 12.07.2013 г. № 47

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Переподготовка руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование
Специальность: 1-89 02 72 Туроператорская и турагентская деятельность
Квалификация: Менеджер по формированию и продаже туристского продукта

Переподготовка керівних працівників і спеціалістів, які мають вищу освіту
Спеціальність: 1-89 02 72 Тураператорська і турагентська діяльність
Кваліфікація: Менеджер па формуванні і продажі туристського продукту

Retraining of executives and specialists having higher education
Speciality: 1-89 02 72 Tour-operator and travel-agent activities
Qualification: Tourism product designing and sale manager

Дата введения 2017-08-29

1 Область применения

Настоящий образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов (далее – стандарт) распространяется на специальность 1-89 02 72 «Туроператорская и турагентская деятельность» как вид профессиональной деятельности, требующий определенных знаний, навыков и компетенций, а также на квалификацию «Менеджер по формированию и продаже туристского продукта» как подготовленность специалиста к данному виду профессиональной деятельности.

Объект стандартизации (специальность с квалификацией) входит в группу специальностей 89 02 «Туризм», направление образования 89 «Туризм и гостеприимство» согласно Общегосударственному классификатору Республики Беларусь «Специальности и квалификации».

Издание официальное

Настоящий стандарт устанавливает требования, необходимые для обеспечения качества образования и определяет содержание образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов по специальности 1-89 02 72 «Туроператорская и турагентская деятельность» с целью соответствия образования установленным требованиям.

Настоящий стандарт может быть также использован нанимателями при решении вопросов трудоустройства специалистов, предъявляющих дипломы о переподготовке.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующий технический нормативный правовой акт (далее – ТНПА):

– ОКРБ 011-2009 Специальности и квалификации.

Примечание – При пользовании настоящим стандартом целесообразно проверить действие ТНПА по состоянию на 1 января текущего года. Если ссылочный ТНПА заменен (изменен), то при пользовании настоящим стандартом следует руководствоваться замененными (измененным) ТНПА.

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применяют термины, установленные в Кодексе Республики Беларусь об образовании, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 менеджер по формированию и продаже туристического продукта: Квалификация специалиста в области управления процессами производства и реализации туристического продукта или услуги, подтверждающая уровень подготовленности к профессиональной деятельности в туроператорских и турагентских организациях.

3.2 субъекты туристической деятельности: Туроператоры, турагенты.

3.3 тур: Сформированный туроператором для реализации комплекс туристических услуг, включающий не менее двух из следующих трех видов услуг: по перевозке, размещению, иные туристические услуги (по питанию, организации туристического путешествия, экскурсионные и другие услуги), не являющиеся сопутствующими услугам по перевозке или размещению, позволяющие совершить туристическое путешествие.

3.4 туризм: Туристическое путешествие, а также деятельность юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

3.5 турист: Физическое лицо, совершающее туристическое путешествие на период от 24 часов до одного года или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

3.6 туристическая деятельность: Туроператорская и турагентская деятельность.

3.7 туристическая индустрия: Совокупность объектов для размещения туристов, транспортных средств, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов оздоровительного, делового, познавательного и иного назначения, используемых для удовлетворения потребностей туристов, экскурсантов, возникающих во время совершения туристического путешествия и (или) в связи с этим туристическим путешествием.

3.8 туристические ресурсы: Природные, социально-культурные объекты, в том числе недвижимые материальные историко-культурные ценности, удовлетворяющие духовные потребности туристов, экскурсантов и (или) содействующие укреплению и восстановлению их здоровья.

3.9 туристические услуги: Услуги по перевозке, размещению, а также иные услуги (по питанию, организации туристического путешествия, экскурсионные и другие услуги), не являющиеся сопутствующими услугам по перевозке или размещению, оказание которых в комплексе услуг, входящих в тур, позволяет совершить туристическое путешествие в соответствии с его целями и потребностями туриста, экскурсанта.

3.10 туристическое путешествие: Организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) с туристической целью.

3.11 туроператорская деятельность: Предпринимательская деятельность юридических лиц (туроператоров) по формированию, продвижению, реализации туров, в том числе сформированных другими туроператорами, включая нерезидентов Республики Беларусь, а также по оказанию отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия.

3.12 турагентская деятельность: Предпринимательская деятельность юридических лиц или индивидуальных предпринимателей (турагентов) по продвижению, реализации туров, сформированных туроператорами - резидентами Республики Беларусь, участникам туристической деятельности, а также по оказанию отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия.

4 Требования к образовательному процессу

4.1 Требования к уровню основного образования лиц, поступающих для освоения содержания образовательной программы

Лица, поступающие для освоения содержания образовательной программы переподготовки, должны иметь высшее образование по следующим направлениям образования, группам специальностей:

- 01 «Педагогика детства»;
- 02 «Педагогика подросткового и юношеского возраста»;
- 03 «Педагогика общевозрастная»;
- 08 «Профессиональное образование»;
- 15 «Искусство изобразительное. Искусство декоративно-прикладное»;
- 17 01 «Искусство театра, кино, радио и телевидения»;
- 17 02 «Искусство хореографическое»;
- 17 03 «Искусство эстрадное и цирковое»;
- 18 «Народное творчество»;
- 19 «Дизайн»;
- 21 «Гуманитарные науки»;
- 23 «Коммуникации»;
- 24 «Право»;
- 25 «Экономика»;
- 26 «Управление»;
- 27 «Экономика и организация производства»;
- 31 «Естественные науки»;
- 33 «Экологические науки»;
- 36 05 «Лесной комплекс»;
- 36 08 «Легкая промышленность и бытовое обслуживание»;
- 36 09 «Производство продуктов питания»;
- 36 12 «Сельскохозяйственное производство»;
- 40 01 «Программные и математические средства»;
- 40 03 «Интеллектуальные компьютерные системы»;
- 44 «Транспортная деятельность»;

- 45 «Связь»;
- 47 «Полиграфическая промышленность»;
- 49 «Пищевая промышленность»;
- 53 «Автоматизация»;
- 56 «Землеустройство, геодезия, картография и топография»;
- 57 «Охрана окружающей среды»;
- 74 «Сельское хозяйство»;
- 75 «Лесное хозяйство и садово-парковое строительство»;
- 79 «Профилактика, диагностика, лечение, реабилитация и организация здравоохранения»;
- 86 «Социальная защита»;
- 88 «Физическая культура и спорт»;
- 89 «Туризм и гостеприимство»;
- 91 «Общественное питание. Бытовое обслуживание»;
- 93 «Общественная безопасность»;
- 94 «Защита от чрезвычайных ситуаций»;
- 95 01 «Управление подразделениями и обеспечение их деятельности»;
- 96 «Экономическая безопасность»;
- 97 «Государственная безопасность».

4.2 Требования к формам и срокам получения дополнительного образования взрослых по специальности переподготовки

Предусматривается следующая форма получения образования по данной специальности переподготовки: заочная.

Устанавливается следующий срок получения образования по специальности переподготовки (далее – срок получения образования или продолжительность обучения):

20 месяцев в заочной форме получения образования.

4.3 Требования к максимальному объему учебной нагрузки слушателей

Максимальный объем учебной нагрузки слушателей не должен превышать:

– 12-и учебных часов в день в заочной форме получения образования, если совмещаются в этот день аудиторские занятия и самостоятельная работа слушателей;

– 10-и учебных часов аудиторских занятий в день в заочной форме получения образования, без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

– 6-и учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в заочной форме получения образования, без совмещения с аудиторными занятиями в этот день.

4.4 Требования к организации образовательного процесса

Начало и окончание образовательного процесса по специальности переподготовки устанавливается учреждением образования, реализующим соответствующую образовательную программу (далее – учреждение образования), по мере комплектования групп слушателей и определяется Графиком учебного процесса по специальности переподготовки для каждой группы слушателей.

Наполняемость учебных групп слушателей по специальности переподготовки, обучающихся за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов, рекомендуется обеспечивать в количестве 25-30 человек. Наполняемость учебных групп слушателей по специальности переподготовки, обучающихся за счет средств юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, физических лиц или средств граждан, устанавливается учреждением образования.

5 Требования к результатам освоения содержания образовательной программы

5.1 Требования к квалификации

5.1.1 Вид профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая деятельность в туроператорских и турагентских организациях;
- информационно-аналитическая деятельность в туроператорских и турагентских организациях;
- инновационная деятельность в туроператорских и турагентских организациях.

5.1.2. Объекты профессиональной деятельности:

- туроператорские и турагентские организации любой формы собственности;
- туристическая услуга как результат профессиональной деятельности по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществлении тура;
- процесс формирования туристического продукта.

5.1.3 Функции профессиональной деятельности:

- организовывать туроператорскую и турагентскую деятельности на объектах туристической индустрии;
- планировать и осуществлять туроператорскую и турагентскую деятельность;
- осуществлять текущее и перспективное планирование в туроператорской и турагентской деятельности;
- организовывать туристическую деятельность в соответствии с социальными и культурными запросами туристов и экскурсантов;
- обеспечивать безопасность туристов и экскурсантов и сохранность окружающей среды;
- изучать и прогнозировать конъюнктуру туристического рынка;
- осуществлять выявление и анализ проблем в туроператорской и турагентской деятельности;
- организовывать проведение маркетинговых исследований;
- разрабатывать инновационные технологии формирования и продвижения туристического продукта и применять их в туроператорской и турагентской деятельности.

5.1.4 Задачи, решаемые при выполнении функций профессиональной деятельности:

- осуществление руководства деятельностью отдела в туроператорских и турагентских организациях;
- принятие решений по вопросам качественного и безопасного оказания клиентам туристических услуг в соответствии с заключенными договорами и требованиями стандартов;
- организация работы по формированию и продвижению туристических услуг;
- формирование комплекса туристических услуг, необходимых для организации и осуществления туристического путешествия;
- разработка схем бронирования услуг;
- составление технологических документов путешествия, экскурсии, похода;
- формирование цены пакета туристических услуг;
- обеспечение экономного и рационального использования материально-технических ресурсов сотрудниками отдела;

ОСРБ 1-89 02 72-2017

- составление и своевременное представление установленной отчетности;
- обеспечение договорных отношений с субъектами туроператорской и турагентской деятельности для формирования комплекса туристических услуг;
- обеспечение договорных отношений с турагентами для продвижения и реализации сформированного комплекса туристических услуг;
- разработка текущих и перспективных планов работы в туроператорской и турагентской деятельности;
- сотрудничество с объектами индустрии туризма с целью совершенствования качества оказываемых услуг для удовлетворения запросов туристов и экскурсантов;
- формирование программы туристического путешествия в соответствии с социальными и культурными запросами туристов и экскурсантов;
- организация подготовки специализированной туристической информации, информации по безопасности услуг, контроль её полноты и достоверности;
- проектирование туристических маршрутов с учетом attractiveness и эргономичности;
- изучение рекреационно-туристического потенциала страны (региона) временного пребывания;
- изучение рынков сбыта туристических услуг для выработки стратегии по завоеванию новых сегментов и поддержанию лидерства на рынке туристических услуг;
- проведение корректирующих мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков в работе специалистов и контрагентов;
- организация проведения маркетинговых исследований спроса и предложений на туристические услуги;
- организация маркетинговых мероприятий для продвижения и реализации туров;
- внедрение инновационных технологий в деятельность туроператорских и турагентских организаций с целью повышения конкурентоспособности туристического продукта и услуг;
- формирование соответствующей инновационной политики туроператорских и турагентских организаций.

5.2 Требования к уровню подготовки

Переподготовка специалиста должна обеспечивать формирование следующих групп компетенций: социально-личностных, академических, профессиональных.

Слушатель, освоивший соответствующую образовательную программу переподготовки, должен обладать следующими **социально-личностными компетенциями**:

- знать идеологические, моральные, нравственные ценности общества и государства и уметь следовать им;
- знать предмет и методологию изучения идеологии белорусского государства;
- знать современные идеологические концепции и доктрины;
- знать основные приоритеты политики белорусского государства в сфере культуры, спорта и туризма;
- знать особенности поведения личности в группе в зависимости от индивидуально-типологических свойств личности;
- знать социально-психологические особенности больших и малых групп;
- уметь работать автономно и в команде;
- знать психологическую сущность делового общения;
- знать особенности взаимодействия с различными категориями людей.

Слушатель, освоивший соответствующую образовательную программу переподготовки, должен обладать следующими **академическими компетенциями**:

- знать исторические предпосылки возникновения и развития путешествий;
- знать Великие географические открытия Запада и Востока;
- знать виды и функции туризма;
- знать технологию выездного, въездного и внутреннего туризма;
- знать особенности развития и становления туризма как социального института Республики Беларусь;
- знать основные подходы к классификации факторов развития туризма;
- знать особенности международных туристических потоков, их динамику и структуру;
- знать современные тенденции развития международного туризма в макро- и мезорегионах;
- знать особенности активного и пассивного туризма;

ОСРБ 1-89 02 72-2017

- знать сегментацию туристического рынка по различным критериям;
- знать основные подходы к классификации видов и форм туризма;
- знать регламенты нормативных правовых актов и методических материалов, регулирующих туристическую деятельность и уметь применять их в профессиональной деятельности;
- знать принципы, цели и приоритетные направления государственного регулирования в сфере туризма;
- знать органы управления туризмом, их характеристику и функции;
- знать общие правила договорных отношений в сфере туризма;
- знать правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности;
- знать требования по страхованию в сфере туризма;
- уметь проводить в установленном порядке первичный на рабочем месте, повторный, внеплановый и целевой инструктажи по охране труда с работниками;
- знать медицинские и санитарно-противоэпидемические меры обеспечения безопасности туристов;
- знать специализированные службы по обеспечению безопасности туристов;
- знать историю развития краеведения в Республике Беларусь;
- знать комплексную краеведческую характеристику Республики Беларусь;
- знать характеристику физико-географических районов Республики Беларусь и их историко-культурное наследие;
- знать особо охраняемые природные территории Республики Беларусь;
- знать комплексную экономико-географическую характеристику районов Республики Беларусь;
- знать особенности использования природных и культурно-исторических ресурсов для развития туризма в регионах Республики Беларусь;
- знать особенности этнонациональных и мировых религиозно-культурных традиций;
- знать особенности своеобразия белорусской культуры в контексте мировой;
- знать основные тенденции современного культурного процесса;

- владеть навыками устной и письменной речи на иностранном языке;
- владеть навыками оформления деловой переписки, рекламно-информационной документации на иностранном языке;
- владеть навыками организации и проведения конференций и деловых переговоров, семинаров, брифингов, конгрессов на иностранном языке;
- знать современные системы автоматизации и информатизации деятельности туристической организации, возможности использования современных интернет- и мобильных технологий, уметь применять знания в практической деятельности;
- знать принципы работы поисковых систем;
- знать современные системы бронирования и резервирования, их назначения, возможности и практическое применение;
- знать особенности онлайн-бронирования;
- знать основные принципы продвижения сайтов на основе уже существующих интернет проектов;
- знать виды интернет-рекламы;
- уметь осуществлять анализ финансово-хозяйственной деятельности и планирование в туроператорских и турагентских организациях;
- знать основы бухгалтерского учета;
- знать сущность и значение хозяйственного учета;
- уметь осуществлять учет денежных средств и расчетных операций в деятельности туроператорских и турагентских организаций;
- уметь осуществлять учет доходов и расходов в туроператорских и турагентских организациях;
- уметь осуществлять учет расчетов по оплате труда в туроператорских и турагентских организациях;
- уметь осуществлять учет затрат в туроператорских и турагентских организациях;
- знать сущность и характерные черты современного менеджмента;
- знать цели и задачи менеджмента;
- знать объекты и субъекты управления;
- знать внутреннюю и внешнюю среду организации;
- знать организационную структуру управления организацией;

ОСРБ 1-89 02 72-2017

- знать типы руководителей и стили руководства в системе менеджмента организации;
- знать способы мотивации сотрудников;
- знать сущность и задачи стратегического менеджмента организации;
- знать основные понятия маркетинга в туризме;
- знать основные концепции маркетинга в туризме;
- уметь проводить маркетинговые исследования в туроператорской и турагентской деятельности;
- знать особенности стимулирования сбыта и пропаганды в комплексе маркетинговых коммуникаций;
- знать особенности рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций;
- знать предмет, цели и задачи логистики;
- знать концепции и этапы развития логистики;
- знать объекты логистического управления;
- владеть технологией логистического планирования и прогнозирования;
- знать структуру и состав информационного обеспечения логистических систем;
- знать закономерности адаптации организма к различным условиям окружающей среды;
- знать особенности адаптации организма к стрессовым ситуациям;
- знать особенности акклиматизации организма человека к смене климатических зон;
- знать особенности влияния температуры окружающей среды на физиологическое состояние человека.

Слушатель, освоивший соответствующую образовательную программу переподготовки, должен обладать следующими **профессиональными компетенциями:**

- знать теоретические и методические основы туроперейтинга как комплексной деятельности и уметь применять их на практике;
- знать основные понятия, сущность и содержание туроперейтинга;
- знать субъекты туроперейтинга;
- знать основные функции туроперейтинга;
- знать стадии планирования и проектирования туров;
- знать специфику туроперейтинга в зависимости от различных типов туров;

- знать принципы стратегического планирования в туроперейтинге, его механизмы;
- знать особенности процесса ценообразования в туроперейтинге, его стратегии и методы;
- знать теоретические основы деятельности турагентских организаций и уметь координировать их работу с туроператорскими организациями;
- знать понятие экскурсии, ее сущность и классификации;
- знать экскурсионные объекты, их типы и методы оценки;
- знать особенности организации экскурсионной деятельности;
- знать общеметодические основы экскурсионной деятельности;
- знать методику подготовки и проведения экскурсии;
- знать особенности организации и содержание работы экскурсовода;
- владеть методическими приемами показа и рассказа экскурсионного материала;
- знать особенности проведения экскурсий для иностранных туристов;
- знать методы повышения удовлетворенности туристов качеством экскурсионного обслуживания;
- уметь применять методику комплексного экономико-географического анализа туристического рынка для выявления пространственных и структурных особенностей туристического рынка стран и регионов;
- знать общие и региональные закономерности формирования и развития территориальной структуры туристического рынка;
- уметь оценивать влияние различных групп факторов на развитие туризма в странах и регионах;
- знать типологию и классификацию стран и регионов по различным критериям и показателям интенсивности и концентрации туристических функций;
- уметь выявлять тенденции и пространственные особенности развития туризма на разных иерархических уровнях;
- знать сущность понятия курорт и его основные типы;
- знать географию курортов различного типа в странах и регионах.

5.3 Требования к итоговой аттестации

Формой итоговой аттестации является государственный экзамен по учебным дисциплинам «Маркетинг в туризме» и «Туроператорская и турагентская деятельность».

6 Требования к содержанию учебно-программной документации

6.1 Требования к типовому учебному плану по специальности переподготовки

Типовой учебный план по специальности переподготовки разрабатывается в одном варианте, когда общее количество учебных часов по плану составляет не менее 1000 учебных часов для групп слушателей, имеющих высшее образование по направлениям образования, не совпадающим с направлением образования, в состав которого входит данная специальность переподготовки.

Общее количество учебных часов в типовом учебном плане по данной специальности переподготовки составляет 1112 учебных часов.

Суммарный объем аудиторных занятий и самостоятельной работы слушателей не должен превышать 1004 учебных часа.

Устанавливаются следующие соотношения количества учебных часов аудиторных занятий и количества учебных часов самостоятельной работы слушателей:

в заочной форме получения образования – 60:40.

В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, включается время, предусмотренное на подготовку к текущей и итоговой аттестации.

Продолжительность текущей аттестации – 4 недели, итоговой аттестации – 1 неделя.

На компонент учреждения образования отводится 100 учебных часов.

На стажировку отводится 108 учебных часов. Продолжительность стажировки – 3 недели.

Порядок проведения текущей и итоговой аттестации слушателей при освоении содержания образовательной программы определяется Правилами проведения аттестации слушателей, стажеров при освоении образовательных программ дополнительного образования взрослых.

6.2 Требования к учебным программам по учебным дисциплинам специальности переподготовки

В типовом учебном плане по данной специальности переподготовки предусмотрены следующие компоненты:

- гуманитарные и социально-экономические дисциплины;
- общепрофессиональные дисциплины;
- дисциплины специальности.

Устанавливаются следующие требования к содержанию учебных программ по учебным дисциплинам специальности переподготовки.

6.2.1 Гуманитарные и социально-экономические дисциплины

Основы идеологии белорусского государства

Предмет и методология изучения идеологии белорусского государства. Становление идеологии белорусского государства. Структура идеологии белорусского государства. Современные идеологические концепции и доктрины. Направление идеологии белорусского государства. Политическая культура и идеологические процессы. Приоритеты политики белорусского государства в сфере культуры спорта и туризма. Идеологическая политика белорусского государства в молодежной среде.

Социальная психология в туризме

Личность в группе. Социальные установки личности. Поведение личности в группе в зависимости от индивидуально-типологических свойств личности. Социально-психологические особенности больших и малых групп. Создание команды и ее совершенствование. Психологическая сущность делового общения. Особенности взаимодействия с различными категориями людей. Проблемы регулирования социально-психологических явлений и процессов. Характеристика позитивных и конфликтных отношений. Регуляция и саморегуляция психических состояний.

6.2.2 Общепрофессиональные дисциплины

Теория и история туризма

Исторические предпосылки возникновения и развития путешествий. Древние дороги и знаменитые торговые пути. Путешествия и туризм в античное время. Англия XIX века –

страна путешественников. Великие географические открытия Запада и Востока. Паломничество в мировых религиях. Значение туризма в жизни общества, функции туризма. Организационные основы туризма. Туристические ресурсы. Туристическая индустрия. Виды туризма. Технология выездного туризма. Технология въездного туризма. Технология внутреннего туризма. Туристический спрос и предложение. Развитие и становление туризма как социального института в Беларуси. Путешествия и туризм: перспективы развития в современных условиях.

География международного туризма

Основные подходы к классификации факторов развития туризма. Пространственная структура туристического рынка. Типология стран мира по уровню развития международного туризма. Международные туристические потоки, их динамика и структура. Туристические регионы по районированию ЮНВТО. Современные тенденции развития международного туризма в макро- и мезорегионах. Активный и пассивный туризм. Типология стран по соотношению активного и пассивного туризма. Роль туризма в хозяйственном комплексе стран мира. Влияние туристических поступлений и расходов на платежный баланс. Типология стран мира по характеру влияния туризма на платежный баланс. Сегментация туристического рынка по различным критериям. Основные подходы к классификации видов и форм туризма. География видов туризма.

Правовое обеспечение туристической деятельности

Источники правового регулирования туристической деятельности. Международное сотрудничество в туризме. Нормативная правовая база, регулирующая туристическую деятельность. Государственное регулирование туристической деятельности в Республике Беларусь. Принципы, цели и приоритетные направления государственного регулирования в сфере туризма. Органы управления туризмом, их характеристика и функции. Стандартизация в сфере туризма и гостеприимства. Договорные отношения в сфере туризма, общие правила. Особенности договорных отношений между субъектами туристической деятельности. Особенности договорных отношений между субъектами туристической деятельности и поставщиками услуг. Туристические формальности как правовая закономерность процедур страны

въезда и пребывания. Порядок пребывания иностранных граждан на территории Республики Беларусь.

Безопасность в сфере туризма

Обеспечение безопасности в сфере туризма. Страхование в туризме. Факторы и условия, влияющие на личную безопасность. Инструктаж и его виды. Антикриминальная безопасность туристов. Медицинские и санитарно-противоэпидемические меры обеспечения безопасности туристов. Качество и безопасность услуг в сфере туризма. Защита прав и интересов туристов. Специализированные службы по обеспечению безопасности туристов.

Краеведение

История развития краеведения в Республике Беларусь. Топонимика. Комплексная краеведческая характеристика Республики Беларусь. Физико-географическое районирование территории Республики Беларусь. Особо охраняемые природные территории Республики Беларусь. Социально-экономическое географическое краеведение. Комплексная экономико-географическая характеристика районов Республики Беларусь. Историческое краеведение. Этнографическое краеведение. Историко-культурное наследие Республики Беларусь. Садово-парковое искусство Республики Беларусь. Памятники и памятные места производственной деятельности, культуры, науки и искусства. Рекреационно-географическое положение страны. Рекреационное районирование Республики Беларусь. Использование природных и культурно-исторических ресурсов для развития туризма в регионах Республики Беларусь.

Культурология и религиоведение

Морфология культуры. Этнонациональные и мировые религиозно-культурные традиции. Проблемы соотношения и сосуществования «библейских» религий. Христианство как мировая религия. Своеобразие белорусской культуры в контексте мировой. Сравнительная характеристика стилей искусства. Основные тенденции современного культурного процесса.

Иностранный язык

Иностранный язык как средство межкультурного, межличностного и профессионального общения.

Профессиональная терминология. Средства продвижения туристического продукта. Обзор профессий в туризме. Объекты индустрии туризма, их цели, функции и предоставляемые услуги. Межкультурная коммуникация, ее цели и задачи в процессе предоставления туристических услуг. Формирование практических навыков общения на иностранном языке. Организация процесса обслуживания туристов и экскурсантов индивидуально и в группе. Совершенствование выработанных в ходе обучения навыков владения устной и письменной речью на иностранном языке. Оформление деловой переписки, рекламно-информационной документации на иностранном языке. Организация и проведение конференций и деловых переговоров, семинаров, брифингов, конгрессов. Международные обозначения и сокращения в туризме.

Информационные технологии в туризме

Информационные технологии, информационные ресурсы и продукты. Ключевые принципы, сервисы и разновидности сети Интернет. Туристическая индустрия и сеть Интернет. Основные службы глобальной сети, используемые индустрией туризма. Туристические серверы. Принципы работы поисковых систем. Яндекс, Google. Современные системы бронирования и резервирования, их назначение, возможности и практическое применение. Онлайн-бронирование. Туристические интернет-проекты. Интернет-маркетинг в туристических интернет-проектах. Основные принципы продвижения сайтов на основе существующих интернет проектов. SEO. SMO, пресс-релизы, позиционирование в Интернете. Виды интернет-рекламы. Сравнение SEO и контекстной рекламы. Перспективы развития информационных технологий в туризме.

Экономика туризма и гостеприимства

Экономическая природа и среда функционирования туроператорских и турагентских организаций. Формирование стоимости товаров (работ, услуг) туроператорских и турагентских организаций и управление затратами. Экономическая эффективность деятельности туроператорских и турагентских организаций. Анализ финансово-хозяйственной деятельности и планирование в туроператорских и турагентских организациях. Статистическая отчетность, бухгалтерский и налоговый учет как источники информации для экономического анализа. Основы бухгалтерского учета. Хозяйственный учет, его сущность и значение. Предмет и метод бухгалтерского учета. Учет денежных средств и расчетов. Учет денежных

средств и расчетных операций. Учет расчетов по оплате труда. Учет доходов и расходов в туроператорских и турагентских организациях. Учет затрат в туроператорских и турагентских организациях. Учет реализации услуг в туроператорской и турагентской деятельности. Основы финансового менеджмента в туроператорских и турагентских организациях: цели, задачи, функции, инструментарий.

Основы менеджмента

Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Менеджер и его функции. Организация как главная единица в менеджменте. Внутренняя и внешняя среда организации. Технология менеджмента: взаимосвязь принципов, методов и функций. Планирование и организация деятельности коллектива. Управленческие решения. Типы руководителей и стили руководства в системе менеджмента организации. Мотивация сотрудников. Сущность и задачи стратегического менеджмента. Понятие стратегии, классификация стратегий. Реализация стратегии. Понятие конкурентного преимущества, конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности организации. Анализ конкурентной среды. Управление стратегическими изменениями. Стратегический контроль деятельности организации.

Маркетинг в туризме

Сущность, содержание и основные понятия маркетинга в туризме. Концепции маркетинга в туризме. Система маркетинговой информации в туроператорской и турагентской деятельности. Маркетинговое понимание туристического рынка Республики Беларусь. Маркетинговые исследования рынка туристических услуг. Маркетинговые исследования туристического продукта. Маркетинговые исследования потребителей туристических услуг. Маркетинговые исследования конкурентов. Сегментация рынка. Использование Интернет-технологий в туристическом маркетинге. Формирование маркетинговой стратегии в туроператорской и турагентской деятельности. Маркетинговая продуктовая стратегия в туроператорской и турагентской деятельности. Маркетинговая ценовая стратегия в туроператорской и турагентской деятельности. Маркетинговая сбытовая стратегия в туроператорской и турагентской деятельности. Маркетинговая коммуникационная стратегия в туроператорской и турагентской деятельности. Стимулирование сбыта и пропаганда в

комплексе маркетинговых коммуникаций. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Выставочная деятельность в маркетинге туроператорской и турагентской деятельности. Эффективность маркетинга в туроператорской и турагентской деятельности.

Логистика в туризме

Предмет логистики. Цели и задачи логистики. Концепции и этапы развития логистики. Объекты логистического управления. Логистические системы: виды, элементы и особенности построения. Организация функционирования логистики в туризме. Хозяйственные потоки в логистике туризма: транспортные, финансовые, кадровые, материально-технические, информационно-рекламные. Логистическое планирование и прогнозирование в туризме. Информационное обеспечение логистики. Структура и состав информационного обеспечения логистических систем.

Физиология и гигиена

Медико-биологическая оценка рекреационного потенциала региона. Закономерности адаптации организма к различным условиям окружающей среды. Общие принципы и характеристики процесса адаптации. Адаптация к стрессовым ситуациям и ее защитные эффекты. Акклиматизация организма человека к смене климатических зон. Влияние атмосферного давления на организм человека. Влияние температуры окружающей среды на физиологическое состояние человека. Характеристика гигиенических факторов внешней среды. Биологические факторы внешней среды и профилактика инфекционных заболеваний. Экология и продолжительность жизни. Современные оздоровительные и рекреационные услуги.

6.2.3 Дисциплины специальности

Туроператорская и турагентская деятельность

Международные и внутренние рынки туризма. Основные понятия, сущность и содержание туроперейтинга. Субъекты туроперейтинга. Основные функции туроперейтинга. Этапы туроперейтинга. Виды туроперейтинга как комплексной предпринимательской деятельности, особенности организации. Понятие «туристический продукт», его структура и особенности. Технологии создания и продвижения туристического продукта на рынок. Понятие «тур» и его составляющие. Классификации туров. Стадии планирования туров. Стадии проектирования

туров. Основные средства продвижения туров. Технологии реализации туров. Специфика туроперейтинга в зависимости от различных типов туров. Требования к туристическим услугам: обязательные и рекомендательные. Основные потребительские свойства туристического продукта. Стратегическое планирование в туроперейтинге, его механизмы. Процесс ценообразования в туроперейтинге, стратегии и методы. Управление качеством предоставляемых услуг, его критерии. Организация работы туристического агентства. Методы и стиль управления туристическими агентствами. Туристический продукт и туристические услуги. Технология работы туристического агентства с туристами.

Экскурсоведение

Понятие экскурсии, ее сущность и классификации. Классификация экскурсий. Экскурсионные объекты, их типы и методы оценки. Технология подготовки экскурсий. Методика проведения экскурсий: методические приемы показа и рассказа, особые методические приемы. Разработка технологической карты экскурсии. Контрольный и индивидуальный текст экскурсии. Портфель экскурсовода. Основные критерии сегментации экскурсионных групп: возраст, род занятий, интересы, степень подготовки к восприятию материала. Дети как особый сегмент потребителей туристическо-экскурсионных услуг. Особенности проведения экскурсий для иностранных туристов. Качество экскурсионного обслуживания. Критерии оценки степени удовлетворенности туристов программой обслуживания. Методы повышения удовлетворенности туристов качеством экскурсионного обслуживания.

Страноведение

Географические аспекты туристического страноведения. Методика комплексного экономико-географического анализа туристического региона. Географические тенденции развития туризма в Европе, Америке, Азии и Австралии. Африка – потенциальный туристический район мирового туризма. Курорт: сущность понятия, основные типы. География курортов различного типа в странах и регионах. Глобальные города как центры международного туризма. Объем и структура туристического предложения крупнейших туристических дестинаций мира.

7 Стажировка

Стажировка слушателей образовательной программы переподготовки проводится с целью закрепления и углубления теоретических знаний по дисциплинам специальности, полученных слушателями при обучении, получения практических умений и навыков для осуществления самостоятельной профессиональной деятельности по формированию и продвижению туристического продукта.

За время прохождения стажировки слушатели должны изучить экономические аспекты деятельности туроператорских и турагентских организаций, прикладное программное обеспечение общего и специального назначения, используемое в туризме.

В процессе стажировки слушатели должны приобрести практический опыт управления, осуществления контроля и координации работ, анализа и оценки деятельности, прогнозирования развития организации.