

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет туризма и сервиса»
(ФГБОУ ВО «РГУТИС»)

**Федеральный ресурсный центр подготовки кадров
для индустрии туризма и гостеприимства**

ПРИНЯТО:
Ученым Советом
ФГБОУ ВО «РГУТИС»
Протокол
от «24» марта 2026 г. № 13

Внесены изменения
Протокол
от 10 сентября 2026 г. № 2

УТВЕРЖДАЮ
Директор Федерального ресурсного
центра подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства

_____ О. А. Подольский
подпись) (Ф. И. О.)
м.п.
«10» сентября 2026 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**«ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА»**

Программа профессиональной переподготовки разработана совместно с
ООО «Национальный туроператор «Алеан» и ООО «ТК «Розовый слон»

Московская область, 2026 г.

Руководитель программы:

консультант по туризму, ведущий юрист АНО «ЛИГА социального творчества и туризма ЕДЕМ»; доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин Смоленского государственного университета, кандидат юридических наук

Н. В. Сирик

подпись

Согласовано:

заместитель директора
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма
и гостеприимства

И. В. Насикан

подпись

начальник департамента
разработки программ
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма
и гостеприимства

Т. И. Оконникова

подпись

начальник департамента
внутреннего мониторинга
качества образования
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма
и гостеприимства

А. С. Кусков

подпись

1. Аннотация программы

1.1. Цель реализации программы – получение и совершенствование новых компетенций в области организации основных и вспомогательных бизнес-процессов на предприятиях индустрии туризма, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности по формированию, продвижению и реализации туристских продуктов в сфере внутреннего туризма.

1.2. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение: к освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие высшее образование.

1.3. Трудоемкость (срок обучения): 252 академических часа.

1.4. Форма обучения: заочная с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

1.5. Характеристика новой квалификации и связанных с ней видов профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации

Выпускник готовится к приобретению нового вида профессиональной деятельности в области организации бизнес-процессов предприятий индустрии туризма, направленных на формирование, продвижение и реализацию туристских продуктов во внутреннем туризме.

Уровень квалификации (в соответствии с Уровнями квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов, утвержденных приказом Минтруда России от 12.04.2013 г. № 148н) – 6.

Объектами профессиональной деятельности выпускника, освоившего программу профессиональной переподготовки, являются туроператорские и турагентские предприятия, к сфере деятельности которых относятся бизнес-процессы по организации деятельности по формированию, продвижению и реализации туристских продуктов в сфере внутреннего туризма.

Перечень осваиваемых профессиональных компетенций составлен с учетом требований профессионального стандарта «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 08.11.2023 г. № 790н) в соответствии с обобщенной трудовой функцией А (6 уровень квалификации) и Единого квалификационного справочника должностей работников туристической отрасли (утвержден приказом Минздравсоцразвития РФ от 12.03.2012 г. № 220н).

Профессиональный стандарт / справочник квалификационных требований	Виды профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция / функциональные обязанности (уровень квалификации) / должности	Трудовая функция
Профессиональный стандарт «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и	Организация маркетинговой деятельности и управление	Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса марке-	А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования

социальной защиты РФ от 08.11.2023 г. № 790н)	маркетинговой деятельностью	тинга А (6 уровень квалификации)	А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
Единый квалификационный справочник должностей работников туристической отрасли (утвержден приказом Минздравсоцразвития РФ от 12.03.2012 г. № 220н)	Осуществление туроператорской и турагентской деятельности	Менеджер по формированию туристского продукта; менеджер по туристским продуктам по направлениям туризма (внутренний туризм); менеджер по направлению туризма (внутренний туризм); менеджер по бронированию и продажам; менеджер по работе с корпоративными клиентами; руководитель туристской группы; агент по туризму (внутренний туризм); агент по бронированию	1. Организация деятельности предприятий индустрии туризма (туроператоров и турагентов). 2. Формирование туристских продуктов и оформление договоров отношений с турагентами и партнерами. 3. Продвижение, бронирование и продажи туристских продуктов. 4. Составление, заключение, исполнение, изменение и прекращение договоров с туристами.

1.6. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программы

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Основание
ОПК-3 (Т)	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»
ОПК-4 (Т)	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»
ОПК-4 (М)	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
ПК-1	Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Профессиональный стандарт «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 08.11.2023 г. № 790н)
ДПК-1	Способен организовывать и вести договорную и претензионную работу предприятия индустрии туризма с туристами	Протокол заседания экспертного совета по программам дополнительного образования с участием работодателей от 28.02.2026 г. № 1

1.7. Планируемые результаты освоения программы

Вид деятельности	Компетенции	Знания	Умения	Практический опыт
1. Осуществление туроператорской и турагентской деятельности	ОПК-3 (Т). Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	– знать особенности организации и основные направления регулирования туристской деятельности; – знать основные технологии туроператорской и турагентской деятельности; – знать нормы законодательства для обеспечения должного уровня качества оказания услуг предприятиями индустрии туризма; – знать внутрифирменные и корпоративные стандарты обеспечения качества туристских услуг; – знать принципы, правила и приемы профессиональной этики, делового и межличностного общения в работе менеджера; – знать технологии проектирования и планирования туристского продукта во внутреннем туризме; – знать технологии обеспечения качества услуг и обслуживания в сфере внутреннего туризма; – знать особенности выявления и разрешения возникающих конфликтов с туристами; – знать основные инструменты маркетинговых коммуникаций для целей обеспечения должного качества услуг, включенных во внутренний туристский продукт	– уметь планировать и организовывать работу туристских предприятий с учетом принятых внутрифирменных и корпоративных стандартов; – уметь правильно планировать и организовывать работу менеджеров предприятий индустрии туризма; – уметь определять структуру и содержание туристского продукта, планировать стратегии его развития; – уметь организовывать исследования в области качества и безопасности услуг, входящих в туристский продукт во внутреннем туризме; – уметь обеспечивать стандарты качества процессов оказания услуг предприятиями индустрии туризма; – уметь составлять модели туристских услуг и программы туристского обслуживания для разных категорий туристов во внутреннем туризме; – уметь эффективно организовывать взаимодействие с турагентами и партнерами, а также формировать договорный план турпродукта; – уметь определять себестоимость и окончательную цену туристского продукта во внутреннем туризме; – уметь улаживать конфликты с туристами, защищать права и интересы предприятий индустрии туризма	– владеть навыками использования информации о ресурсах, инфраструктуре, турпродуктах туристских районов и центров России; – владеть навыками грамотного планирования и организации деятельности предприятий индустрии туризма; – владеть навыками оценки качества туристских услуг и их оказания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон; – владеть навыками обеспечения требуемого качества туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами; – владеть навыками обеспечения безопасности туристских услуг и сервиса; – владеть навыками организации взаимодействия с турагентами и контрагентами; – владеть навыками организации деятельности предприятий туризма с учетом различных видов туризма и направлений развития туристского рынка в России
	ОПК-4 (Т). Способен осуществлять исследо-	– знать особенности организации и государственно-правового регу-	– уметь организовывать комплексные маркетинговые исследования	– владеть навыками формирования системы стимулиро-

	вание туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	лирования индустрии туризма; – знать виды, направления, тенденции развития и особенности пространственной организации внутреннего туризма в России; – знать методы маркетинговых исследований туристского рынка и анализа целевых сегментов потребителей туристских услуг; – знать технологии и инструменты продвижения и реализации внутренних турпродуктов; – знать особенности договорной работы предприятий индустрии туризма и информационного сопровождения туристов; – знать особенности организации деятельности по обеспечению оказания услуг, входящих во внутренний туристский продукт	рынка услуг внутреннего туризма; – уметь использовать инструментарий маркетинга и продаж для разработки эффективной стратегии продвижения турпродуктов на рынке; – уметь применять информацию о туристском потенциале, туристских продуктах и услугах ведущих центров туризма в России; – уметь применять технологии, методы и способы продвижения турпродукта, а также технологии и инструментарий цифрового маркетинга, контент-маркетинга и стратегического маркетинга; – уметь организовывать работу по подбору, бронированию и резервированию туристского продукта, оформлению, заключению и исполнению договоров с туристами	вания сбыта внутренних туристских продуктов и их продвижения в традиционной и цифровой среде; – владеть навыками оценки потребительских предпочтений для целей продвижения и реализации конкурентоспособных и качественных туристских продуктов в сфере внутреннего туризма; – владеть навыками организации обслуживания различных категорий потребителей, выявления и урегулирования конфликтов с туристами; – владеть навыками организации личных продаж при реализации внутренних туристских продуктов
	ДПК-1. Способен организовывать и вести договорную и претензионную работу предприятия индустрии туризма с туристами	– знать особенности организации документационной и договорной работы предприятия туризма; – знать нормативно-правовую базу и правила досудебной работы предприятия индустрии туризма с туристами и партнерами; – знать порядок составления, заключения, исполнения, изменения и прекращения договора о реализации туристского продукта	– уметь использовать типовые формы договоров с туристами; – уметь составлять ответы на претензии и жалобы туристов, контрагентов и турагентов; – уметь организовывать работу по досудебному урегулированию конфликтов с туристами и партнерами; – уметь выявлять и устранять типичные ошибки в договорной работе предприятий индустрии туризма	– владеть навыками составления договорной и туристской документации; – владеть навыками урегулирования конфликтов с туристами и партнерами; – владеть навыками осуществления переговоров; – владеть навыками заключения и исполнения договоров с туристами и партнерами

2. Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью	ОПК-4 (М). Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	– знать ресурсные и инфраструктурные особенности туристских районов и центров России, ассортимент предлагаемых ими туристских продуктов и услуг; – знать особенности организации деятельности предприятий индустрии туризма, планирования и организации работы персонала; – знать особенности, условия и направления работы менеджера предприятия индустрии туризма; – знать принципы организации офисного пространства и особенности установления режима работы предприятия туризма; – знать рыночные возможности и особенности деятельности туроператоров и турагентов по различным видам внутреннего туризма и направлениям отдыха; – знать правила работы менеджера с документами предприятия	– уметь проводить комплексную оценку рыночных возможностей предприятий индустрии туризма, потенциала российского рынка услуг внутреннего туризма; – уметь выявлять потенциал для освоения и развития новых направлений деятельности туроператоров и турагентов во внутреннем туризме; – уметь использовать методические подходы к разработке бизнес-планов и новых направлений деятельности предприятий индустрии туризма; – уметь применять методики оценки эффективности планирования и организации работы предприятий индустрии туризма и их персонала; – уметь разрабатывать внутрифирменные и корпоративные стандарты предприятия индустрии туризма; – уметь обеспечивать должные условия, уровень безопасности и охрану труда персонала в организациях	– владеть навыками разработки, совершенствования и реализации бизнес-планов предприятий туризма; – владеть навыками проведения исследований рынка, оценки потребительских предпочтений для целей формирования, продвижения и реализации конкурентоспособных и качественных туристских продуктов в сфере внутреннего туризма; – владеть навыками организации и регламентации внутренних бизнес-процессов на предприятиях туризма; – владеть навыками планирования деятельности предприятия по формированию, продвижению и реализации туристских продуктов в сфере внутреннего туризма
	ПК-1. Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	– знать методы проведения маркетинговых исследований рынка услуг внутреннего туризма; – знать маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования рынка услуг; – знать особенности планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации о различных элемен-	– уметь определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для исследования рынка; – уметь анализировать текущую конъюнктуру рынка услуг в сфере внутреннего туризма; – уметь видеть и понимать проблемы клиента, правильно оценивать его ожидания; – уметь проводить маркетинговые интернет-исследования рынка услуг	– владеть навыками сбора информации и плана проведения исследований; – владеть навыками составления плана маркетинговых исследований туристского рынка и потребителей; – владеть навыками использования инструментария проведения маркетинговых исследований рынка услуг в

		тах рынка туристских услуг	внутреннего туризма	сфере внутреннего туризма
--	--	----------------------------	---------------------	---------------------------

2. Учебный план

№ п/п	Перечень разделов (модулей), дисциплин	Трудоем- кость, час	Теоретическое обучение	Выполнение прак- тических заданий
МОДУЛЬ 1. ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА		84	42	42
1.	Организация туристской деятельности	40	20	20
1.1.	Туризм и туристская деятельность: содержание и границы	6	2	4
1.2.	Турист как потребитель туристских услуг	4	-	4
1.3.	Структура и организация индустрии туризма	8	4	4
1.4.	Туристские районы и центры России	12	8	4
1.5.	Правовое регулирование туризма и туристской деятельности	10	6	4
2.	Организация работы менеджера предприятия индустрии туризма	43	22	21
2.1.	Профессиограмма менеджера предприятия индустрии туризма	5	-	5
2.2.	Планирование и организация работы менеджера предприятия индустрии туризма	7	4	3
2.3.	Условия, безопасность и охрана труда на предприятиях индустрии туризма. Обеспечение антитеррористической защищенности предприятий индустрии туризма	8	4	4
2.4.	Организация офисного пространства и режим работы предприятия	5	2	3
2.5.	Работа менеджера с документами предприятия индустрии туризма	6	4	2
2.6.	Внутрифирменные и корпоративные стандарты предприятий индустрии туризма	6	4	2
2.7.	Профессиональная этика в работе менеджера предприятия индустрии туризма	6	4	2
Промежуточная аттестация		1	-	1
МОДУЛЬ 2. ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ В СФЕРЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА		84	42	42
3.	Организация деятельности туроператоров по формированию туристских продуктов в сфере внутреннего туризма	41	22	19
3.1.	Туристский продукт как комплекс туристских услуг	5	2	3
3.2.	Технологии проектирования и планирования внутренних туристских продуктов	8	4	4
3.3.	Туристский маршрут как основа программы туристского обслуживания	4	-	4
3.4.	Планирование и организация взаимоотношений с контрагентами	9	6	3
3.5.	Стратегии создания и развития турагентских сетей в сфере внутреннего туризма	7	4	3

3.6.	Особенности туроперейтинга по видам внутреннего туризма и направлениям отдыха	8	6	2
4.	Организация деятельности туроператоров и турагентов по продвижению туристских продуктов в сфере внутреннего туризма	42	20	22
4.1.	Стратегические основы продвижения в сфере внутреннего туризма	8	4	4
4.2.	Цифровые каналы и инструменты продвижения туристских продуктов	9	6	3
4.3.	Контент-маркетинг и работа с профессиональными сообществами в сфере туризма	8	4	4
4.4.	Выставки в комплексе маркетинга предприятия индустрии туризма	4	-	4
4.5.	Управление репутацией предприятия индустрии туризма и работа с отзывами	7	4	3
4.6.	Разработка комплексного плана продвижения внутренних туристских продуктов	6	2	4
Промежуточная аттестация (в форме тестирования)		1	-	1
МОДУЛЬ 3. ТЕХНОЛОГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ В СФЕРЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА		83	42	41
5.	Организация деятельности туроператоров и турагентов по реализации туристских продуктов в сфере внутреннего туризма	82	42	40
5.1.	Технологии личных продаж в сфере внутреннего туризма	12	6	6
5.2.	Процедуры подбора, бронирования и резервирования туристских продуктов	10	4	6
5.3.	Информационное сопровождение реализации туристских продуктов	8	4	4
5.4.	Договор с туристом: составление, заключение, исполнение, изменение, прекращение	16	12	4
5.5.	Правила и порядок оформления туристской документации	4	-	4
5.6.	Обеспечение оказания услуг, входящих в туристский продукт	10	4	6
5.7.	Урегулирование конфликтов между туристскими организациями и туристами	10	4	6
5.8.	Защита прав предпринимателей в сфере внутреннего туризма	12	8	4
Промежуточная аттестация (в форме тестирования)		1	-	1
Итоговая аттестация (в форме тестирования)		1	-	1
ИТОГО		252	126	126

3. Календарный учебный график

УЗ ЭО и ДОТ – учебные занятия с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

ПА – промежуточная аттестация

ВПЗ – выполнение практических заданий

ИА – итоговая аттестация

Срок обучения – 70 дней			
<i>с 15 сентября по 5 октября 2026 г.</i>	<i>с 6 октября по 26 октября 2026 г.</i>	<i>с 27 октября по 16 ноября 2026 г.</i>	<i>с 17 ноября по 23 ноября 2026 г.</i>
УЗ ЭИ и ДОТ, ВПЗ, ПА	УЗ ЭИ и ДОТ, ВПЗ, ПА	УЗ ЭИ и ДОТ, ВПЗ, ПА	ИА

4. Рабочие программы

МОДУЛЬ 1. ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Раздел 1. Организация туристской деятельности (20 ч. – теоретическое обучение, 20 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 1.1. Туризм и туристская деятельность: содержание и границы (2 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 1.2. Турист как потребитель туристских услуг (4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 1.3. Структура и организация индустрии туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 1.4. Туристские районы и центры России (8 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 1.5. Правовое регулирование туризма и туристской деятельности (6 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Раздел 2. Организация работы менеджера предприятия индустрии туризма (22 ч. – теоретическое обучение, 21 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 2.1. Профессиограмма менеджера предприятия индустрии туризма (5 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 2.2. Планирование и организация работы менеджера предприятия индустрии туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 3 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 2.3. Условия, безопасность и охрана труда на предприятиях индустрии туризма. Обеспечение антитеррористической защищенности предприятий индустрии туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 2.4. Организация офисного пространства и режим работы предприятия (2 ч. – теоретическое обучение, 3 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 2.5. Работа менеджера с документами предприятия индустрии туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 2 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 2.6. Внутрифирменные и корпоративные стандарты предприятий индустрии туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 2 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 2.7. Профессиональная этика в работе менеджера предприятия индустрии туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 2 ч. – выполнение практических заданий).

МОДУЛЬ 2. ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ В СФЕРЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Раздел 3. Организация деятельности туроператоров по формированию туристских продуктов в сфере внутреннего туризма (22 ч. – теоретическое обучение, 19 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 3.1. Туристский продукт как комплекс туристских услуг (2 ч. – теоретическое обучение, 3 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 3.2. Технологии проектирования и планирования внутренних туристских продуктов (4 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 3.3. Туристский маршрут как основа программы туристского обслуживания (4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 3.4. Планирование и организация взаимоотношений с контрагентами (6 ч. – теоретическое обучение, 3 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 3.5. Стратегии создания и развития турагентских сетей в сфере внутреннего туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 3 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 3.6. Особенности туроперейтинга по видам внутреннего туризма и направлениям отдыха (6 ч. – теоретическое обучение, 2 ч. – выполнение практических заданий).

Раздел 4. Организация деятельности туроператоров и турагентов по продвижению туристских продуктов в сфере внутреннего туризма (20 ч. – теоретическое обучение, 22 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 4.1. Стратегические основы продвижения в сфере внутреннего туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 4.2. Цифровые каналы и инструменты продвижения туристских продуктов (6 ч. – теоретическое обучение, 3 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 4.3. Контент-маркетинг и работа с профессиональными сообществами в сфере туризма (4 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 4.4. Выставки в комплексе маркетинга предприятия индустрии туризма (4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 4.5. Управление репутацией предприятия индустрии туризма и работа с отзывами (4 ч. – теоретическое обучение, 3 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 4.6. Разработка комплексного плана продвижения внутренних туристских продуктов (2 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

МОДУЛЬ 3. ТЕХНОЛОГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ В СФЕРЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Раздел 5. Организация деятельности туроператоров и турагентов по реализации туристских продуктов в сфере внутреннего туризма (42 ч. – теоретическое обучение, 40 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 5.1. Технологии личных продаж в сфере внутреннего туризма (6 ч. – теоретическое обучение, 6 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 5.2. Процедуры подбора, бронирования и резервирования туристских продуктов (4 ч. – теоретическое обучение, 6 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 5.3. Информационное сопровождение реализации туристских продуктов (4 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 5.4. Договор с туристом: составление, заключение, исполнение, изменение, прекращение (12 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 5.5. Правила и порядок оформления туристской документации (4 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 5.6. Обеспечение оказания услуг, входящих в туристский продукт (4 ч. – теоретическое обучение, 6 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 5.7. Урегулирование конфликтов между туристскими организациями и туристами (4 ч. – теоретическое обучение, 6 ч. – выполнение практических заданий).

Тема 5.8. Защита прав предпринимателей в сфере внутреннего туризма (8 ч. – теоретическое обучение, 4 ч. – выполнение практических заданий).

Практико-ориентированные задания для выполнения на практических занятиях приведены в учебно-методических комплексах для самостоятельной работы слушателя. Практико-ориентированные задания выполняются с использованием рекомендаций преподавателей, предложенных на теоретических занятиях.

5. Формы аттестации и оценочные материалы

5.1. Формы промежуточной аттестации и оценочные материалы

Модуль 1. Основы организации бизнес-процессов на предприятиях индустрии туризма

Форма промежуточной аттестации – зачет, предполагающий оценивание новых компетенций, сформированных в результате освоения программы:

ОПК-3 (Т). Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;

ОПК-4 (Т). Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;

ОПК-4 (М). Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

Промежуточная аттестация проводится в форме тестирования с использованием системы прокторинга. Тест состоит из 10-15 вопросов, составленных на базе материалов тем модуля образовательной программы. Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные в тесте вопросы.

Примеры тестовых вопросов:

1. К туристской деятельности относятся...
 - а) деятельность предприятий по организации путешествий;
 - б) туроператорская и турагентская деятельность;
 - в) экскурсионная, гостиничная и ресторанная деятельность;
 - г) деятельность экскурсоводов, средств размещения, субагентов.
2. Единственное основание осуществления турагентской деятельности:
 - а) заключение агентского договора с туроператором;
 - б) финансовое обеспечение ответственности турагента;
 - в) обязательное членство во Всероссийском объединении турагентов;
 - г) внесение сведений о турагенте в Реестр турагентов и субагентов.
3. К внутрифирменным и корпоративным стандартам относятся...
 - а) национальные стандарты;
 - б) стандарты обслуживания;
 - в) региональные стандарты;
 - г) профессиональные стандарты.
4. Условия труда на предприятиях туризма регламентируются:
 - а) трудовым законодательством;
 - б) гражданским законодательством;
 - в) административным законодательством;
 - г) внутрифирменными стандартами.
5. Менеджер по формированию туристского продукта должен иметь:
 - а) высшее образование по профилю деятельности;
 - б) среднее профессиональное образование и стаж работы;
 - в) начальное профессиональное образование;
 - г) дополнительное профессиональное образование.

Модуль 2. Технологии формирования и продвижения туристских продуктов в сфере внутреннего туризма

Форма промежуточной аттестации – зачет, предполагающий оценивание новых компетенций, сформированных в результате освоения программы:

ОПК-3 (Т). Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;

ОПК-4 (Т). Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;

ОПК-4 (М). Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

ПК-1. Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Промежуточная аттестация проводится в форме тестирования с использованием системы прокторинга. Тест состоит из 10-15 вопросов, составленных на базе материалов тем модуля образовательной программы. Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные в тесте вопросы.

Примеры тестовых вопросов:

1. Проектирование туристского продукта представляет собой:
 - а) стадию разработки концепции будущего турпродукта;
 - б) стадию разработки комплексного тура, готового к реализации;
 - в) финальную стадию продвижения туристского продукта;
 - г) разработку отдельной услуги, которая войдет в состав турпродукта.
2. Существует три варианта блоков мест на авиарейсах:
 - а) условный, безусловный, смешанный;
 - б) жесткий, мягкий, комбинированный;
 - в) отзывный, условно-отзывный, безотзывный;
 - г) гарантированный, условно-гарантированный, негарантированный.
3. Какие разновидности турагентских сетей вы знаете:
 - а) прямая и субагентская;
 - б) свободная и несвободная;
 - в) корпоративная и коммуникативная;
 - г) договорная и посредническая.
4. В чем основное отличие между ATL и BTL-коммуникациями?
 - а) в бюджете кампании;
 - б) в целевой аудитории;
 - в) в каналах распространения рекламы;
 - г) во времени проведения кампаний.
5. Какой элемент не является частью сервисного «пути клиента»?
 - а) этапы взаимодействия с клиентом;
 - б) эмоции клиента на каждом этапе;
 - в) финансовые отчеты компании;
 - г) каналы коммуникации.

Модуль 3. Технологии реализации туристских продуктов в сфере внутреннего туризма

Форма промежуточной аттестации – зачет, предполагающий оценивание новых компетенций, сформированных в результате освоения программы:

ОПК-3 (Т). Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;

ОПК-4 (Т). Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;

ДПК-1. Способен организовывать и вести договорную и претензионную работу предприятия индустрии туризма с туристами.

Промежуточная аттестация проводится в форме тестирования с использованием системы прокторинга. Тест состоит из 10-15 вопросов, составленных на базе материалов тем модуля образовательной программы. Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные в тесте вопросы.

Примеры тестовых вопросов:

1. Репутация туристских продуктов – главный критерий выбора для:
 - а) осторожного покупателя;
 - б) эмоционального покупателя;
 - в) опытного покупателя;
 - г) потребителя имиджа.
2. Конечной стадией процесса личной продажи является:
 - а) реализация турпродукта;
 - б) получение отзывов;
 - в) послепродажное обслуживание;
 - г) подбор и бронирование тура.
3. Правила подбора и бронирования туров определяются:
 - а) в национальных стандартах (ГОСТ);
 - б) в законодательстве о туристской деятельности;
 - в) во внутрифирменных и корпоративных стандартах;
 - г) никак документально и нормативно не определены.
4. Форма заявки на бронирование туристского продукта является:
 - а) обязательным приложением к договору, заключаемому с туристом;
 - б) вариативным документом, который оформлять не обязательно;
 - в) документом, необходимым для оформления электронной путевки;
 - г) документом, заменяющим туристскую путевку и лист бронирования.
5. Информация о стране (месте) временного пребывания содержится:
 - а) в туристской памятке;
 - б) в электронной путевке;
 - в) в туристском ваучере.
 - г) в договоре с туристом.

5.2. Формы итоговой аттестации и оценочные материалы

Форма итоговой аттестации – зачет, предполагающий оценивание новых компетенций, сформированных в результате освоения программы:

ОПК-3 (Т). Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;

ОПК-4 (Т). Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;

ОПК-4 (М). Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

ПК-1. Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;

ДПК-1. Способен организовывать и вести договорную и претензионную работу предприятия индустрии туризма с туристами.

Итоговая аттестация проводится в форме тестирования с использованием системы прокторинга. Тест состоит из 15-20 вопросов, составленных на базе материалов тем всех модулей образовательной программы. Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные в тесте вопросы.

Примеры тестовых вопросов:

1. Основными критериями, определяющими туризм, являются:
 - а) пространственный и временной;
 - б) сервисный и управленческий;
 - в) программный и стратегический;
 - г) потребительский и географический.
2. В структуру индустрии гостеприимства традиционно включают:
 - а) индустрию туризма и сектор перевозок;
 - б) индустрию досуга, анимации и развлечений;
 - в) индустрию питания и гостиничную отрасль;
 - г) музейно-выставочную и экскурсионную сферу.
3. Режим работы коммерческое предприятие индустрии туризма:
 - а) устанавливает самостоятельно;
 - б) устанавливает на основании решения региональных органов власти;
 - в) устанавливает на основании предписания Роспотребнадзора;
 - г) устанавливает в соответствии с Правилами торговли.
4. Туристский продукт в выездном туризме обязательно включает:
 - а) услуги перевозки и размещения;
 - б) услуги питания и размещения;
 - в) экскурсионные и анимационно-досуговые услуги;
 - г) услуги перевозки и экскурсионные услуги.
5. Детализированная программа туристского обслуживания:
 - а) включает в себя сведения о стоимости всех услуг, входящих в тур;
 - б) включает в себя указание на включение дополнительных услуг;
 - в) содержит распределение туристских услуг и занятий только по дням;
 - г) содержит распределение туристских услуг и занятий по дням и часам.
6. В большинстве случаев туроператоры заключают с турагентами:
 - а) договор поручения;
 - б) договор простого товарищества;

- в) договор агентирования;
 - г) договор комиссии.
7. Пути распространения информации в контент-маркетинге являются:
- а) сайты, блоги, социальные сети;
 - б) выставки, рекламные каталоги, справочники;
 - в) вывески, листовки, печатная продукция;
 - г) рекламные баннеры, растяжки, радиопередачи.
8. Принцип «Да... Но...» относится:
- а) к приемам работы с возражениями;
 - б) к способам урегулирования конфликтов;
 - в) к речевым техникам личной продажи;
 - г) к принципам этики делового общения менеджера.
9. Типовые формы договора о реализации турпродукта утверждаются:
- а) законодательством о туристской деятельности;
 - б) нормативными правовыми актами Минкультуры РФ;
 - в) нормативными правовыми актами Правительства РФ;
 - г) нормативными правовыми актами Минэкономразвития РФ.
10. Обязательными приложениями договоров с туристами являются:
- а) электронная путевка и туристский ваучер;
 - б) туристская памятка и информационный листок;
 - в) заявка на бронирование и сведения о туроператоре;
 - г) технологическая карта тура и туристская путевка.

6. Организационно-педагогические условия реализации

6.1. Материально-технические условия

Материально-технические условия программы формируют среду, обеспечивающую освоение слушателями образовательной программы.

<i>Вид учебного занятия</i>	<i>Материально-технические условия</i>
<i>Учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий</i>	Доступ педагогических работников и слушателей к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиоколонками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, веб-камерой, микрофоном, офисным программным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf. Дополнительно для организаторов необходимы студия для видеозаписи занятий и проведения онлайн-занятий, программное обеспечение для создания онлайн-конференций, записи видео и потокового вещания, видеоредактор.
<i>Самостоятельная работа слушателей</i>	Доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиоколонками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, офисным пакетом, программами для работы с

	документами с расширением .pdf.
<i>Промежуточная аттестация с использованием системы прокторинга</i>	Доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС; ЭВМ с операционной системой (не ниже Windows 7+, macOS 10.12 «Sierra», Linux) монитором или интегрированным экраном или мобильное устройство (Android 4.4+ Chrome 72+, iOS 13+ Safari), веб-камерой (640x480, 15 кадров/с), микрофоном, аудиоколонками и/или наушниками; веб-браузер (Chrome 72+, Opera 59+, Firefox 66+, Edge 79+, Яндекс.Браузер 19.3+, Safari 12.x+); доступ в сеть Интернет (не менее 256 Кбит/с).
<i>Итоговая аттестация с использованием системы прокторинга</i>	Доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС; ЭВМ с операционной системой (не ниже Windows 7+, macOS 10.12 «Sierra», Linux) монитором или интегрированным экраном или мобильное устройство (Android 4.4+ Chrome 72+, iOS 13+ Safari), веб-камерой (640x480, 15 кадров/с), микрофоном, аудиоколонками и/или наушниками; веб-браузер (Chrome 72+, Opera 59+, Firefox 66+, Edge 79+, Яндекс.Браузер 19.3+, Safari 12.x+); доступ в сеть Интернет (не менее 256 Кбит/с).

6.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

В число учебно-методических материалов программы включены учебно-методические комплексы, содержащие учебные материалы для самостоятельной работы слушателей, списки рекомендуемой литературы и перечни информационных источников (являются неотъемлемыми частями программы профессиональной переподготовки). В списки рекомендуемой литературы обязательно должны быть включены источники из ЭБС «Znanium».

Список рекомендуемой литературы:

1. Декрет Высшего Государственного Совета Союзного государства № 6 «О единых правилах в области защиты прав потребителей» (принят в г. Минске 06.12.2024 г.).

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_496218/ef7c9639a6304b945a45e805f29f5adb7563213e.

2. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462.

3. Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305.

4. Постановление Правительства РФ от 13.05.2026 г. № 551 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_534242.

5. Приказ Минэкономразвития России от 18.11.2025 г. № 766 «Об утверждении типовых форм договора о реализации туристского продукта, заключаемого между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, и договора о реализации туристского продукта, заключаемого между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком».

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_520087.

6. ГОСТ Р 56643-2022 «Туризм и сопутствующие услуги. Личная безопасность туриста. Общие требования».

<https://docs.cntd.ru/document/1200195261>.

7. ГОСТ Р 53522-2022 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения» <https://docs.cntd.ru/document/1200195257>.

8. ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования».

<https://docs.cntd.ru/document/1200157390>.

9. ГОСТ 32612-2014 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования». <https://docs.cntd.ru/document/1200110998>.

10. ГОСТ 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов». <https://docs.cntd.ru/document/1200110997>.

11. ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования». <https://docs.cntd.ru/document/1200095897>.

12. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». <https://docs.cntd.ru/document/1200083215>.

13. Абабков Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова. – М.: Инфра-М, 2024. – 216 с.

<https://znanium.ru/catalog/document?id=439709>.

14. Быстров С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С. А. Быстров. – М.: Инфра-М, 2026. – 375 с.

<https://znanium.ru/catalog/document?id=468079>.

15. Веткин В. А. Технология создания массового турпродукта: учебно-методическое пособие / В. А. Веткин, Е. В. Винтайкина. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 304 с.

<https://znanium.ru/catalog/document?id=382029>.

16. Виноградова Т. В. Технологии продаж турпродукта: учебник / Т. В. Виноградова. – М.: Академия, 2015. – 236 с.

17. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. – М.: Инфра-М, 2024. – 316 с.

<https://znanium.ru/catalog/document?id=400300>.

18. Дурович А. П. Менеджер турагентства: пособие / А. П. Дурович. – М.: Современная школа, 2010. – 320 с.

19. Емелин С. В. Организация турагентской деятельности: учебник для вузов / С. В. Емелин. – М.: Юрайт, 2026. – 310 с.

20. Емелин С. В. Организация туроператорских услуг: учебник / С. В. Емелин. – М.: Юрайт, 2024. – 518 с.

21. Коль О. Д. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум / О. Д. Коль. – М.: Юрайт, 2023. – 344 с.

22. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: Юнити-Дана, 2022. – 1072 с.

<https://znanium.ru/catalog/document?id=340892>.

23. Кусков А. С. Технологии организации туроператорской деятельности: учебник / А. С. Кусков, Н. В. Сирик. – М.: КноРус, 2021. – 384 с.

24. Макринова Е. И. Технологии продаж в туризме и гостеприимстве:

учебное пособие / Е. И. Макринова, Т. Ю. Симонова, Е. О. Святая. – М.: Директ-Медиа, 2022. – 180 с.

<https://znanium.ru/catalog/document?id=442995>.

25. Новолодская Г. И. Туроператорская и турагентская деятельность: практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. – М.: Директ-Медиа, 2023. – 232 с.

<https://znanium.ru/catalog/document?id=443929>.

26. Орловская В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская. – М.: Инфра-М, 2023. – 176 с.

<https://znanium.ru/catalog/document?id=418233>.

27. Сухов Р. И. Технологии и организация продаж в туристском агентстве: учебное пособие / Р. И. Сухов. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2010. – 366 с.

28. Цифровой бизнес в туризме и гостеприимстве: учебник / под ред. Р. Ю. Стыцук. – М.: КноРус, 2022. – 234 с.

Информационные ресурсы:

1. Альянс Туристических Агентств (АТА): <https://atarussia.ru>.
2. Ассоциация туроператоров России (АТОР): <https://www.atorus.ru>.
3. Министерство экономического развития РФ: <https://www.economy.gov.ru>.
4. Национальный Союз профессионалов туристической индустрии: <https://nspt.pro>.
5. НЭБ «Е-library» (РИНЦ): <http://www.e-library.ru>.
6. Портал «Охрана труда в России»: <https://ohranatruda.ru>.
7. Портал «Profi.Travel»: <https://profi.travel>.
8. Портал «RATA-news»: <https://ratanews.ru>.
9. Портал «Tourdom.ru»: <https://www.tourdom.ru>.
10. Российский союз туристической индустрии (РСТ): <https://rostourunion.ru>.
11. Росстандарт. Стандарты и регламенты: <https://www.rst.gov.ru>.
12. Росстат: <https://rosstat.gov.ru>.
13. СПС «Гарант»: <http://www.garant.ru>.
14. СПС «КонсультантПлюс»: <http://www.consultant.ru>.
15. Электронная библиотечная система Znanium.com: <http://znanium.com>.

6.3. Кадровые условия

Реализация программы обеспечивается ведущими преподавателями и научными работниками университета, других образовательных организаций, а также ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности, имеющими высшее образование.

Сведения о кадровом составе

Ф. И. О. преподавателя	Образование, вуз, год окончания, специальность / направление подготовки, квалификация	Место работы, должность, основное / дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
					Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Гарифуллина Нина Гавриловна	Высшее, Ставропольский государственный педагогический институт, 1985 г., специальность «Русский язык и литература», квалификация «Учитель русского языка и литературы»; Северо-Кавказский федеральный университет, 2021 г., направление «Туризм», квалификация «Магистр»	ООО «АльянсЭкспо-Тур», генеральный директор; Северо-Кавказский федеральный университет, старший преподаватель кафедры туризма и индустрии гостеприимства Высшей школы креативных индустрий	Нет	17	12	12	5.1. Технологии личных продаж в сфере внутреннего туризма; 5.6. Обеспечение оказания услуг, входящих в туристский продукт
Гринева Полина Игоревна	Высшее, Ростовская государственная экономическая академия (РИНХ), 2000 г., специальность «Таможенное дело», квалификация «Менеджер таможенного дела по специальности «Таможенное дело»; Ростовский государственный университет, 2005 г., специальность «Антикризисное управление», квалификация «Экономист-менеджер по специальности «Антикризисное управление»	ЗАО «Агентство ПАК-ТРЭВЕЛ», директор по развитию бизнеса; ЗАО «Бастаион», директор по развитию репутации	Нет	24	24	24	2.2. Планирование и организация работы менеджера предприятия индустрии туризма; 2.3. Условия, безопасность и охрана труда на предприятиях индустрии туризма. Обеспечение антитеррористической защищенности предприятий индустрии туризма; 2.4. Организация офисного пространства и режим работы предприятия; 2.5. Работа менеджера с документами предприятия индустрии туризма; 2.6. Внутрифирменные и корпоративные стандарты предприятий индустрии туризма; 2.7. Профессиональная этика в работе менеджера предприятия индустрии туризма;

							5.1. Технологии личных продаж в сфере внутреннего туризма
Дирин Денис Алексан- дрович	Высшее, Алтайский государ- ственный университет, 2001 г., направление «География», ква- лификация «Бакалавр географии по направлению «География»»; Алтайский государственный университет, 2003 г., направле- ние «География», квалификация «Магистр географии по направ- лению «География»»	Тюменский государ- ственный универси- тет, профессор ка- федры физической географии и экологии	Кандидат географи- ческих наук, до- цент	27	22	22	1.3. Структура и организация индус- трии туризма; 1.4. Туристские районы и центры России
Костромина Елена Алек- сандровна	Высшее, Нижегородский госу- дарственный педагогический университет, 1997 г., специаль- ность «Филология», квалифика- ция «Учитель русского языка и литературы»; Российский госу- дарственный социальный уни- верситет, 2013 г., профессио- нальная переподготовка «Мене- джер социальной сферы»; ЧУДПО «Международная биз- нес академия», 2022 г., профес- сиональная переподготовка «Тренинг-менеджер (бизнес- тренер)»; Российский государ- ственный университет туризма и сервиса, 2025 г., направление магистратуры «Гостиничное де- ло», квалификация «Магистр»	Российский государ- ственный универси- тет туризма и серви- са, доцент Высшей школы бизнеса, ме- неджмента и права; филиал МУИВ в г. Сергиев Посад, заве- дующая кафедрой менеджмента и мар- кетинга	Кандидат филологи- ческих наук, до- цент	29	27	25	4.2. Цифровые каналы и инстру- менты продвижения туристских продуктов
Сирик Наталия Валериевна	Высшее, Донецкий государ- ственный университет, 1988 г., специальность «Документоведе- ние и организация управленче- ского труда в государственных учреждениях», квалификация «Организатор управленческого	Смоленский государ- ственный универси- тет, доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин, АНО «ЛИГА социального творчества и туризма	Кандидат юридиче- ских наук, доцент	27	25	25	1.5. Правовое регулирование ту- ризма и туристской деятельности; 3.1. Туристский продукт как ком- плекс туристских услуг; 5.3. Ин- формационное сопровождение ре- ализации туристских продуктов; 5.4. Договор с туристом: составление,

	труда»; Смоленский гуманитарный университет, 1999 г., специальность «Юриспруденция», квалификация «Юрист»	«ЕДЕМ», ведущий юрист					заклучение, исполнение, изменение, прекращение; 5.8. Защита прав предпринимателей в сфере внутреннего туризма
Сухов Роман Игоревич	Высшее, Ростовский государственный университет, 1998 г., специальность «География», квалификация «Географ. Преподаватель»	ООО «Югтурсервис», менеджер по туризму, Южный федеральный университет, заведующий кафедрой туризма	Кандидат географических наук, доцент	29	29	29	1.3. Структура и организация индустрии туризма; 3.2. Технологии проектирования и планирования внутренних туристских продуктов; 3.4. Планирование и организация взаимоотношений с контрагентами; 3.5. Стратегии создания и развития турагентских сетей в сфере внутреннего туризма; 3.6. Особенности туроперейтинга по видам внутреннего туризма и направлениям отдыха; 5.2. Процедуры подбора, бронирования и резервирования туристских продуктов
Уткина Наталья Владимировна	Высшее, Пензенский государственный университет, 2003 г., специальность «Информационные системы в экономике», квалификация «Информатик-экономист»	Центр туристского сервиса «INSERTUM», консультант по реализации туристских проектов; Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова, доцент кафедры туризма	Кандидат экономических наук, доцент	22	20	20	1.1. Туризм и туристская деятельность: содержание и границы; 4.1. Стратегические основы продвижения в сфере внутреннего туризма; 4.3. Контент-маркетинг и работа с профессиональными сообществами в сфере туризма; 4.5. Управление репутацией предприятия индустрии туризма и работа с отзывами; 4.6. Разработка комплексного плана продвижения внутренних туристских продуктов; 5.1. Технологии личных продаж в сфере внутреннего туризма
Чапиковская Мария Михайловна	Высшее, Южный федеральный университет, 2013 г., специальность «Юриспруденция», квалификация «Юрист по специальности «Юриспруденция»»; Региональный финансово-	ООО ТК «Розовый слон», руководитель юридического отдела; Ассоциация «Альянс туристических агентств»	Нет	15	6	6	2.3. Условия, безопасность и охрана труда на предприятиях индустрии туризма. Обеспечение антитеррористической защищенности предприятий индустрии туризма; 2.4. Организация офисного про-

	экономический институт, 2012 г., специальность «Маркетинг», квалификация «Маркетолог»	(АТА), руководитель правового департамента					странства и режим работы предприятия; 3.5. Стратегии создания и развития турагентских сетей в сфере внутреннего туризма; 4.3. Контент-маркетинг и работа с профессиональными сообществами в сфере туризма; 5.3. Информационное сопровождение реализации туристских продуктов; 5.4. Договор с туристом: составление, заключение, исполнение, изменение, прекращение; 5.7. Урегулирование конфликтов между туристскими организациями и туристами; 5.8. Защита прав предпринимателей в сфере внутреннего туризма
Самарцев Юрий Станиславович	Высшее образование, МВИ ФПС России, 2003 г., специальность «Юриспруденция», квалификация «Юрист»; дополнительное профессиональное образование, ПА ФСБ России, 2010 г., программа профессиональной переподготовки «Управление подразделениями пограничного контроля»; дополнительное профессиональное образование, Академия ФСБ России, 2016 г., программа профессиональной переподготовки	ФГБОУ ВО «РГУ-ТИС», советник ректора по безопасности	Нет	28	-	-	2.3. Условия, безопасность и охрана труда на предприятиях индустрии туризма. Обеспечение антитеррористической защищенности предприятий индустрии туризма