

УДК 379.85 (075.8)
ББК 65.433-3я7.2.3
X 15

Рецензенты:

Габдуллина А.Х., генеральный директор туристического агентства
ООО «Бигматур»
Гончаров А.С., директор НП «Экологическое объединение «Тенгри»
Хайретдинова Н.Э., канд. ист. наук, доцент кафедры
«Туризм и гостеприимство» Уфимского государственного
университета экономики и сервиса

Хайретдинова О.А.

Х 15 Технология и организация турагентской деятельности: Учеб.
пособие для студентов и преподавателей по междисциплинарному курсу по
специальности среднего профессионального образования 43.02.01 Туризм /
О.А. Хайретдинова. – Уфа: Уфимский государственный университет
экономики и сервиса, 2015. – 76 с.

ISBN 978-5-88469-746-1

В учебном пособии предоставлен учебный материал по
междисциплинарному курсу МДК.01.02 Технология и организация
турагентской деятельности профессионального модуля ПМ.01 Предоставление
турагентских услуг по специальности среднего профессионального
образования 43.02.01 Туризм

Предназначено для внутреннего пользования преподавателей и
студентов кафедры «Туризм и гостеприимство».

ISBN 978-5-88469-746-1

© Хайретдинова О.А., 2015

©Уфимский государственный университет
экономики и сервиса, 2015

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ Турагентской Деятельности	5
1.1. Сущность турагентской деятельности. Основные понятия и термины турагентской деятельности	5
1.2. Нормативно-законодательные основы турагентской деятельности	6
1.3. Место турагента в индустрии туризма	8
1.4. Виды и функции турагентов	10
1.5. Туристический продукт как пакет услуг	11
1.6. Классификация услуг	14
ГЛАВА 2. Организация турагентской деятельности	17
2.1. Основные виды деятельности турагента	17
2.2. Порядок взаимодействия с туроператором	18
2.3. Договорные отношения с туроператорами: права, обязанности, ответственность, порядок расчетов	21
2.4. Формирование каналов сбыта туристского продукта	24
2.5. Порядок оказания услуг по реализации продукта	27
2.6. Договорные отношения с туристами: права, обязанности, ответственность, порядок расчетов	31
ГЛАВА 3. ПОДБОР туристского продукта	35
3.1. Основные туроператоры на рынке российского выездного и внутреннего туризма	35
3.2. Работа с каталогами туроператоров	40
3.3. Классификация предложений туроператоров	40
3.4. Виды туров, сезонность предложений. Разработка «сезонной карты» предложений	43
3.5. Технологии проведения презентации турпродукта	49
ГЛАВА 4. Технологии обслуживания туристов и реализации продукта	52
4.1. Основные технологии и методы взаимодействия с потенциальными клиентами и туристами	52
4.2. Технологии эффективных переговоров в турагентской деятельности	54
4.3. Выявление потребностей туриста и подбор тура	56
4.4. Информационное сопровождение туриста	58
4.5. Порядок взаимодействия с клиентом. Договор о реализации турпродукта	59
4.6. Организация визового сопровождения и дополнительных услуг	63
ГЛАВА 5. ПРАКТИКУМ турагентской деятельности	65
5.1. Популярные направления международного выездного туризма	65

5.2. Популярные направления внутреннего туризма	69
5.3. Популярные и перспективные турнаправления Уральского региона.....	71
Список литературы	75