**ТУРОПЕРЕЙТИНГ**

**Специальность:** 2-89 01 01«Туризм и гостеприимство»

|  |  |
| --- | --- |
| Курс | 3 |
| Семестр  | 5 |
| Теоретические знания, часы | 50 |
| Практические занятия, часы  | 20 |
| Лабораторные занятия, часы  | - |
| Экзамен, семестр  | 1/5 |
| Дифференцированный зачет, семестр | - |
| Зачет, семестр | - |
| Аудиторных часов по учебному предмету | 70 |
| Всего часов по учебному предмету  | 70 |

*Цель учебного предмета:* формирование и развитие профессиональных компетенций специалистов в области туризма по разработке конкурентоспособных туров (комплексов туристических услуг) и способах их продвижения на рынок; повышение общеобразовательного и культурного уровня учащихся, с целью дальнейшего применения на предприятиях сферы туризма Республики Беларусь.

*Задачи*: изучение нормативно-правовые акты Республики Беларусь и международные нормативные правовые акты, регулирующие сферу туризма; получить практические навыки в технологии проектирования, формирования, продвижения и реализации туров (комплексных программ обслуживания) как для внутренних, так и для зарубежных рынков; сформировать стремление к высокому уровню образованности, развитию интеллектуальных и творческих способностей.

В результате изучения учебного предмета «Туроперейтинг» учащиеся должны:

*знать:*

состав и содержание турпродукта как экономической единицы;

технологию формирования тура;

показатели качества тура и обслуживания в туризме;

правила и методы разработки программы тура;

особенности организации и осуществления договорной деятельности туристического предприятия;

сущность туроперейтинга и его значение в рыночной экономике;

методы разработки программы тура;

последовательность и особенности продвижения турпродукта на рынке услуг;

принципы и методы управления турпродуктом в организации;

*уметь:*

анализировать макро- и микросреду туристического предприятия; разрабатывать конкурентоспособный туристический продукт на рынке;

продвигать туристический продукт на рынке услуг;

взаимодействовать в процессе создания, продвижения турпродукта с контрагентами;

строить отношения с клиентами в процессе массовых продаж.