

75.8

Г52

В.А. Гладилин

ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ

Учебно-практическое пособие

СТАВРОПОЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

В.А. Гладилин

ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ

Учебно-практическое пособие

RU
science
RU.SCIENCE.COM

Москва
2017

УДК 338.48
ББК 65.433
Г52

Автор

В.А. Гладилин, доцент кафедры ЭУФП и ИТ. СФ МПГУ, канд.
экон. наук



Г52

Гладилин, Владимир Александрович.

Организация и менеджмент в туризме : учебно-практическое пособие / В.А. Гладилин. — Москва : РУСАЙНС, 2017. — 120 с.

ISBN 978-5-4365-1999-9

В учебно-практическом пособии определено понятие менеджмента, маркетинга, управления, методологии в туризме, рассмотрена система целей туристского предприятия, отражены основные характеристики туроператорской и турагентской деятельности, влияющей на формирование, продвижение и реализацию туристского продукта. Особое внимание уделено вопросам ценообразования туристского продукта и принципам стратегического управления конкурентоспособностью туристского предприятия.

Для бакалавров, обучающихся по направлениям «Государственное и муниципальное управление» и «Туризм» при изучении дисциплины выполнения самостоятельных работ и практических заданий, а также написании курсовой работы по дисциплине «Организация и менеджмент туризма».

УДК 338.48
ББК 65.433

ISBN 978-5-4365-1999-9

© Гладилин В.А., 2017
© ООО «РУСАЙНС», 2017

Содержание

Введение	5
1. Специфика менеджмента туризма	7
1.1. Понятие и сущность туризма	7
1.2. Виды и формы туризма	8
1.3. Факторы, воздействующие на развитие туризма: внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные)	9
1.4. Понятия туристского региона и ресурсов	12
2. Особенности управления предприятием сферы туризма	14
2.1. Понятие и сущность менеджмента	14
2.2. Менеджмент туристского предприятия	15
2.3. Функции менеджмента предприятий туризма	16
2.4. Методы управления	18
3. Цели и задачи управления туристским предприятием	22
3.1. Понятие целей и задач сервисного предприятия	22
3.2. Система целей туристского предприятия	23
4. Характеристика туристского рынка	28
4.1. Туризм как Экономическая система	28
4.2. Понятие и специфические особенности туристского рынка	29
4.3. Структурная характеристика туристского рынка	32
4.4. Подходы к сегментации туристского рынка	35
5. Туроператорская и турагентская деятельности	37
5.1. Роль туроператора и турагента на туристском рынке	37
5.2. Характеристика туроператорской деятельности	39
5.3. Характеристика турагентской деятельности	48
5.4. Договорные отношения в туризме	49
6. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта	55
6.1. Технология проектирования тура	55
6.2. Характеристика основных и дополнительных услуг при проектировании тура	56
6.3. Принципы разработки программы обслуживания туристов	57
6.4. Планирование мероприятий по продвижению и реализации тура	58
6.5. Особенности планирования мероприятий по продвижению туристских продуктов	59
7. Ценообразование в туризме	62
7.1. Специфика формирования себестоимости тура с учетом его целевой направленности	62

7.2. Установление цены на туристский продукт и характеристика факторов, влияющих на ее установление	63
7.3. Расчет цены туристского продукта	68
8. Конкурентоспособность туристского продукта	76
8.1. Понятие конкурентоспособности туристского продукта	76
8.2. Принципы стратегического управления конкурентоспособностью туристского продукта	76
8.3. Методы оценки конкурентоспособности турпродукта	77
9. Регулирование туристской деятельности	88
9.1. Органы управления туризмом в РФ	88
9.3. Основы стандартизации в туризме	90
10. Качества и работа менеджера по туризму	95
10.1. Модель современного менеджера	95
10.2. Власть, влияние, лидерство и авторитет менеджера	96
10.3. Содержание и стиль работы менеджера туристской фирмы	97
ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ по дисциплине «Организация и менеджмент туризма».....	102
Примеры содержания курсовых работ по дисциплине «Организация и менеджмент в туризме».....	106
Список литературы	111
Приложения	113