

УДК
КНН

Б А К А Л А В Р И А Т

*В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова,
А.В. Киседобрев*

МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ

У Ч Е Б Н И К



Электронно-
Библиотечная
Система
znanium.com



В.П. КИСЕДОБРЕВ
О.Н. КОСТРЮКОВА
А.В. КИСЕДОБРЕВ

МЕНЕДЖМЕНТ ВТУРИЗМЕ

УЧЕБНИК

Под редакцией заслуженного
работника высшей школы Российской Федерации,
профессора Е.И. Богданова

*Рекомендовано
Учебно-методическим объединением по образованию в области
производственного менеджмента Министерства образования
и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов
высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080502
«Экономика и управление на предприятии туризма»*

ESS EBS

znanium.com

Москва
ИНФРА-М
2017

УДК 338.48 (075.8)
ББК 75.81я73
К44

ФЗ Издание не подлежит маркировке
№ 436-03 в соответствии с п. 1 ч. 4 ст. 11

Рецензенты:

профессор Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, д-р экон. наук *Б.И. Табачника*
заведующий кафедрой региональной экономики и природопользования Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, проф., д-р геогр. наук *В.М. Разумовский*

К44 Киседобрев В.П., Кострюкова О.Н., Киседобрев А.В.
Менеджмент в туризме: Учебник/ Под ред. засл. работника высшей школы Российской Федерации, проф. Е.И. Богданова. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 152 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

ISBN 978-5-16-006294-5 (print)

ISBN 978-5-16-102769-1 (online)

В учебнике раскрывается сущность туризма как самостоятельной социально-экономической системы и как подсистемы более высокого порядка — экономики страны. В связи с этим она обладает такими определенными свойствами, как целостность, наличие связей, структура системы, целесообразность, функционирование и развитие, а также рядом специфических признаков — динамичность, способность сохранять определенную устойчивость, вероятностный характер, многовариантность поведения и др. Все это обуславливает необходимость эффективного управления данными системами. Процесс управления в масштабе организации индустрии туризма носит название «менеджмент».

Особое внимание в учебнике уделяется методологическим основам менеджмента, истории его развития, видам и элементам структуры организаций индустрии туризма.

Рассмотрены организационно-правовые основы деятельности туристских предприятий, формирование, продвижение реализации туристского продукта, а также договорные отношения в сфере туризма.

Для студентов вузов, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии туризма», а также аспирантов и преподавателей.

УДК 338.48 (075.8)
ББК 75.81я73

ISBN 978-5-16-006297-7tpfiWF
ISBN 978-5-16-102769-1 (online)

© Киседобрев В.П., Кострюкова О.Н.,
Киседобрев А.В., 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1.	
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА	4
1.1. Понятие о системах и их свойствах.....	4
1.2. Сущность, виды и система управления (менеджмента).....	7
1.3. Законы и принципы управления.....	14
1.3.1. Законы управления.....	14
1.3.2. Принципы управления.....	21
Глава 2.	
ИСТОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ВИДЫ И ЭЛЕМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	31
2.1. История менеджмента.....	31
2.2. Виды и элементы организаций.....	45
Глава 3.	
СИСТЕМА ОБЩИХ ФУНКЦИЙ И ВИДОВ МЕНЕДЖМЕНТА.....	53
3.1. Общие функции менеджмента и процесс управления.....	53
3.2. Планирование как функция менеджмента	56
3.3. Организация как функция менеджмента	62
3.4. Контроль и регулирование как функции менеджмента.....	74
3.5. Основы стратегического менеджмента	79
Глава 4.	
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬ- НОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	91
4.1. Туристское предприятие как хозяйствующий субъект. Характеристики микро- и макросреды туристского предприятия.....	91
4.2. Определение миссии и целей деятельности туристского предприятия.....	93
4.3. Факторы, определяющие выбор организационно- правовой формы туристского предприятия	95
4.4. Разработка учредительных документов, государственная регистрация и организационное оформление предприятия.....	100
4.5. Требования к офису и персоналу туристского предприятия.....	104

Глава 5.	
ФОРМИРОВАНИЕ, ПРОДВИЖЕНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ	
ТУРА	108
5.1. Технология проектирования тура.....	108
5.2. Процесс формирования тура.....	111
5.3. Особенности планирования мероприятий по продвижению тура.....	117
5.4. Организация реализации тура.....	122
5.5. Контроль и оценка туроперейтинга.....	125
Глава 6.	
ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ТУРИЗМЕ	127
6.1. Общая характеристика договора и требования к его составлению.....	127
6.2. Договорные отношения между туроператором и турагентом.....	134
6.3. Договорные отношения между туроператором и потребителями туристских услуг.....	134
6.4. Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг.....	138
6.5. Договорные отношения в инициативном и рецептивном туроперейтинге.....	144
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	148