

С. А. Быстров, М. Г. Воронцова. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. - СПб.: «Издательский дом Герда», 2008. - 464 с.

В книге с компакт-диском на большом иллюстративном материале показано современное состояние международной и российской индустрии туризма. Подробно рассмотрены основы организации туризма, в том числе различные направления туристской деятельности, а также управление туристским предприятием с акцентом на структуру и экономический анализ его деятельности.

В пособие включены практические примеры (круизы, спортивный туризм) формирования туристского продукта, используемые авторами при проведении мастер-класса с работниками турфирм и студентами туристских специализаций.

На компакт-диске приведен иллюстративный и практический материал книги: таблицы, примеры, рисунки, которые могут быть полезны при выполнении курсовых и дипломных работ.

Пособие с CD предназначено студентам и аспирантам, обучающимся по туристским специальностям и специализациям, преподавателям вузов, а также организаторам туристского бизнеса.

Содержание

МАКРОЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

1. ТУРИЗМ

1.1. Туризм как социоэкономическое явление XXI века

Туризм как социоэкономическая категория

Классификация видов туризма

Вопросы к разделу

2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

2.1. Туристская дестинация и этапы ее эволюции

2.2. Социально-экономическое взаимодействие туризма с внешней и внутренней средой туристской дестинации

2.3. Потребность в туристских ресурсах как основном факторе развития туризма в дестинации

2.4. Воспроизводство в сфере туризма и его влияние на развитие туристской дестинации

2.5. Социоэкономическая эффективность использования туристских ресурсов

2.6. Туристская нагрузка и методика ее определения как фактор устойчивого развития туризма

Вопросы к разделу

3. АНАЛИЗ ТУРИСТСКИХ РЫНКОВ: ТУРИСТСКИЙ СПРОС И ТУРИСТСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

3.1. Туристский рынок и виды (модели) его организации

3.2. Туристский спрос и его виды. Эластичность спроса

3.3. Факторы, влияющие на изменение туристского спроса и развитие туризма (детерминанты спроса)

3.4. Туристское предложение

Вопросы к разделу

4. ЭЛЕМЕНТЫ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

4.1. Туристские фирмы как посредники купли-продажи туристских услуг

Туроператоры

Турагенты

4.2. Объекты культурно-исторического потенциала туристской дестинации как целевой сегмент туристской отрасли

4.3. Гостиничный и ресторанный сектор как обеспечивающий сегмент развития туризма

Гостиничный сектор

Ресторанный сектор (ресторанный бизнес)

Вопросы к разделу

5. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО ТУРИЗМА. АНАЛИЗ ЕГО РАЗВИТИЯ

5.1. Обзор международного туризма. Туристские прибытия и доходность туризма

5.2. Экономические тенденции развития туризма по субрегионам

5.3. Экономическое развитие выездного туризма (туристские прибытия и туристские расходы)

5.4. Перспективы развития международного туризма (текущий и долгосрочный прогнозы)

Вопросы к разделу

6. РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОБЪЕДИНЕНИЙ В РАЗВИТИИ МИРОВОГО ТУРИЗМА

6.1. Мировые (международные) туристские объединения и организации общего характера United Nation World Tourism Organization (UNWTO). Всемирная туристская организация (ЮНВТО) Federation Universelle des Associations d'Agences de Voyages (FUAAV). Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (FUAAV) или (ФУААВ)

6.2. Мировые (международные) туристские объединения и организации отраслевого характера International Air Transport Association (IATA).

Международная Ассоциация воздушного транспорта (ИАТА)

International Civil Aviation Organization (ICAO). Международная организация гражданской авиации (МОГА) International Hotels and Restaurants Association (IH&RA). Международная гостиничная и ресторанная ассоциация

6.3. Региональные туристские организации общего характера Pacific Asia Travel Association (PATA). Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация (ПАТА) American Society of Travel Agents (ASTA). Американское общество туристских агентств ASTA Confederacion de Organizaciones Turisticas de La America Latina (COTAL). Конференция туристских организаций Латинской Америки (КОТАЛ)

6.4. Региональные туристские организации отраслевого характера

6.5. Специализированные туристские объединения и организации Bureau International du Tourisme Social (BITS). Международное бюро социального туризма (BITS) или (БИТС) International Business Travel Association (IBTA). Международная ассоциация делового туризма (ИБТА или ИБТА)

International Congress and Convention Association (ICCA).

Международная ассоциация по конгрессам и съездам (ИССА или ИККА)

Международное бюро по молодежному туризму и обменов (БИТЕЖ)

Association of Corporate Travel Executives (ACTE). Ассоциация специалистов по организации корпоративных поездок

Некоторые специализированные туристские предприятия и организации

6.6. Особые туристские объединения и организации

Federation Internationale des Journalistes et Ecrivains du Tourisme (FIJET). Международная федерация журналистов и писателей по вопросам туризма (ФИJET) Некоторые особые туристские

объединения и организации

6.7. Российские туристские объединения и организации

Российский союз туриндустрии (РСТ)

Российская гостиничная ассоциация (РГА)

Федерация Рестораторов и Отельеров (ФРиО)

Ассоциация агентств воздушного транспорта (ААВТ)

Российская ассоциация социального туризма (РАСТ)

Russian Business Travel Association (RBTA). Ассоциация Делового Туризма (RBTA)

Гильдия журналистов, пишущих о туризме (UJETRus)

Ассоциация содействия туристским технологиям (АСТТ)

Вопросы к разделу

МИКРОЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

7. МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (ФИРМЫ)

7.1. Основные понятия и характеристика менеджмента в туристской деятельности

7.2. Характеристика туристской фирмы

7.3. Создание туристской фирмы

7.4. Организационная структура туристской фирмы. Принципы построения

7.5. Основные функции менеджмента в туристской организации

Вопросы к разделу

8. МЕНЕДЖМЕНТ-ТЕХНОЛОГИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

8.1. Технология проектирования нового туристского продукта

8.2. Технологическая документация турпродукта

8.3. Договорная документация при реализации нового турпродукта потребителю

8.4. Формальности

8.5. Паспорт

8.6.Визовая поддержка при выезде за рубеж

8.7. Визовая поддержка при въезде из-за рубежа

Вопросы к разделу

9. МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА НОВОГО ТУРПРОДУКТА
(НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ «СПОРТ ТРЭВЕЛ»,
НАПРАВЛЕНИЕ - НОРВЕГИЯ)

9.1. Определение географического сегмента разработки тура

Информационные данные по стране Норвегия

9.2.Процесс формирования турпродукта

9.3.Расчет экономической эффективности предлагаемого проекта.

Источники образования прибыли на туристском предприятии

Вопросы к разделу

10. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ

10.1.Особенности стратегического планирования в сфере туризма.

10.2.Виды стратегического планирования

10.3.Стратегическое поведение фирмы в условиях конкуренции

10.4.Цель и алгоритм построения стратегической карты конкуренции

(практическое занятие)

Вопросы к разделу

11 экономический анализ деятельности туристского предприятия

11.1.Предмет, цели и виды экономического анализа

11.2.Особенности экономического анализа в туристской фирме

11.3.Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы

Базовые показатели финансового менеджмента

Коэффициентный анализ деятельности туристского предприятия

Примеры расчета некоторых финансовых показателей

Расчет ликвидности и платежеспособности туристского
предприятия

Расчет рентабельности и деловой активности
туристского предприятия
Анализ системы хозяйственно-финансового управления турфирмы
Создание турпродукта
Совершенствование процесса разработки и продвижения
турпродукта как необходимые условия конкурентоспособности
фирмы
Проект модели разработки и продвижения турпродукта
Турпродукт «Круизные путешествия в Эгейском регионе
Турции»

11.4. Организация операционного (предпринимательского) учета
деятельности туристского предприятия

Классификация доходов (прибылей) туристского предприятия
Классификация затрат (издержек) туристского предприятия Методы
дифференциации смешанных затрат (издержек)
туристского предприятия
Ценообразование как основная функция финансового маркетинга в
сфере туризма
Методика проведения операционного анализа на туристском
предприятии

11.5. Контроллинг в деятельности туристской фирмы

Назначение и цель контроллинга
Система и виды контроллинга
Этапы осуществления контроллинга

Вопросы к разделу

ГЛОССАРИЙ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ