

**Быстрой С.А.**

Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учебное пособие / СЛ. Быстрое. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2014. — 400 с. — (Высшее образование. Бакалавриат).

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
<b>Глава 1.</b>	
<b>Торизм как социоэкономическое явление и отрасль национальной экономики.....</b>	<b>8</b>
1.1. Сущность туризма как социоэкономической категории.....	8
1.2. Классификация видов туризма.....	19
1.3. Турфирмы как неотъемлемый элемент системы туризма.....	36
<b>Глава 2.</b>	
<b>Организационно-правовые аспекты открытия турфирмы.....</b>	<b>43</b>
2.1. Туроператорская и турагентская деятельность. Классификация туроператоров.....	43
2.2. Методика определения направленности и специфики деятельности турфирмы.....	53
2.3. Регистрация турфирмы и финансовые гарантии.....	69
2.4. Выбор местоположения офиса турфирмы и ее названия.....	81
<b>Глава 3.</b>	
<b>Кадровый менеджмент турфирмы.....</b>	<b>89</b>
3.1. Кадровый состав турфирмы: подбор и отбор сотрудников.....	89
3.2. Профессионально-квалификационная характеристика работников туристического бизнеса.....	98
3.3. Схемы оплаты труда и оформление трудовых отношений.....	111
3.4. Мотивация персонала в турфирме.....	117
<b>Глава 4.</b>	
<b>Информационные технологии в работе турфирмы.....</b>	<b>127</b>
4.1. Глобальная дистрибьюторская система (СБ8).....	127
4.2. Программные комплексы автоматизации туристской деятельности.....	136
4.3. Интернет-сайт турфирмы.....	149
<b>Глава 5.</b>	
<b>Партнерские отношения турфирмы по формированию турпродукта.....</b>	<b>159</b>
5.1. Особенности взаимоотношений турфирмы со средствами размещения.....	159
5.2. Особенности взаимоотношений турфирмы с транспортными компаниями.....	170

5.3. Особенности взаимоотношений турфирмы с предприятиями питания.....	204
5.4. Особенности взаимоотношений турфирмы с объектами культурно-исторического потенциала и экскурсионными бюро.....	211
5.5. Особенности взаимоотношений со страховыми компаниями.....	222
<b>Глава 6.</b>	
<b>Партнерские отношения между турфирмами и потребителями турслуг.....</b>	<b>234</b>
6.1. Особенности взаимоотношений туроператоров с турагентами.....	234
6.2. Объединения турфирм как основной элемент координации их предпринимательской деятельности.....	249
6.3. Правоотношения турфирмы с туристом.....	256
<b>Глава 7.</b>	
<b>Механизм формирования турпродукта и оценка его экономической эффективности.....</b>	<b>274</b>
7.1. Алгоритм создания нового турпродукта.....	274
7.2. Калькуляция себестоимости и ценообразование нового турпродукта ...	282
<b>Глава 8.</b>	
<b>Туристские формальности.....</b>	<b>297</b>
8.1. Паспортно-визовые формальности.....	297
8.2. Таможенные формальности.....	314
8.3. Медицинские формальности.....	324
<b>Глава 9.</b>	
<b>Реклама как инструмент продвижения турфирмы на рынке.....</b>	<b>337</b>
9.1. Специфика и этапы проведения рекламной кампании турфирмы.....	337
9.2. Средства распространения рекламной информации в туризме.....	347
9.3. Выставочная деятельность турфирм.....	364
<b>Заключение.....</b>	<b>375</b>
<b>Список литературы.....</b>	<b>377</b>
<b>Приложения.....</b>	<b>380</b>