

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kursovaya-rabota/353901>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Туризм (другое)

ВВЕДЕНИЕ.....	
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ТУРИСТСКИХ УСЛУГ.....	
1.1 Основные термины и содержание туристской деятельности и туристских услуг.....	
1.2 Особенности туристской деятельности в виде предоставления туристских услуг на основе туристских ресурсов и их видов.....	
1.3 Актуальные подходы подготовки и переподготовки кадров в сфере туристической деятельности.....	
РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ ПОДГОТОВКИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ КАДРОВ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «ЯЛТА-ИНТУРИСТ».....	
2.1 Организационная и кадровая характеристика отеля «Ялта-Интурист».....	
2.2 Анализ новых технологий в подготовке и переподготовке кадров «Ялта-Интурист».....	
2.3 Пути совершенствования методов подготовки и переподготовки кадров «Ялта-Интурист».....	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	

В настоящее время отечественная наука о туризме активно развивается. В области науки о туризме ряд проблем, связанных с туризмом, решается с помощью возможностей различных научных дисциплин. Существующие исследования подтверждают актуальность и необходимость продолжения работ в сфере туризма, определения его видов и выявления особенностей туристской деятельности.

Туризм - это сфера современной экономики, которая направлена на удовлетворение потребностей людей и улучшение качества их жизни. Туризм играет важную роль в решении социально-экономических проблем региона, стимулируя развитие малых и средних предприятий, а также влияя на развитие транспорта, связи, общественного питания, развлечений. Внутренний туризм включен в международную систему, предоставляющую услуги путешественникам с различными целями, поэтому он способствует развитию международного сотрудничества и повышению культурного уровня населения.

В статье 1 Федерального закона № 132-ФЗ «Об основных элементах туристской деятельности в Российской Федерации» под туристской деятельностью понимаются туроператоры, туристические агентства и деятельность турагентств. Проблема разграничения деятельности турагентств и турфирм имеет не только теоретическое значение, но и чисто практическое [1, с. 162-187].

Согласно определению статьи 1 Федерального закона № 132-ФЗ, туристский продукт - это комплекс услуг по транспортировке и размещению, предоставляемых за полную стоимость договора купли-продажи туристского продукта.

Следовательно, сторонами настоящего договора являются, с одной стороны, туристы или заказчики туристических продуктов, с другой стороны, туроператоры (всегда при продаже туристических продуктов) и туристические агентства (при заключении договоров купли-продажи туристических продуктов, если договор заключен в соответствии с положениями в области искусства).

Согласно статье 9 Закона от 24 ноября 1996 года, туроператоры несут ответственность перед туристами и/или другими клиентами за нарушение или ненадлежащее выполнение своих обязательств по договору купли-продажи туристического продукта, подписанному туроператором или туристическим агентством от имени туроператора.

Вопрос определения сферы ответственности туристических агентств и турфирм вызвал много проблем на практике. Туристы и заказчики туристических продуктов неизбежно повторяют претензии и притязания и подают их в туристические агентства и турфирмы, хотя ответственность двух субъектов за нарушения

обычно неприемлема [2, с. 142-164].

Законодатели различают следующие виды туризма: национальный, выездной, въездной, международный, социальный и любительский. В соответствии со ст. 1 настоящего Закона, под внутренним туризмом понимается туризм лиц, постоянно проживающих на территории Российской Федерации.

Одна из наиболее важных категорий туризма классифицируется по интенсивности продаж. В частности, проводится различие между постоянным туризмом и сезонным туризмом. Круглогодичное и относительно равномерное посещение туристических зон называется постоянным туризмом.

Характерными чертами этого вида туризма являются, прежде всего, самый известный в мире культурный, санитарный центр и центр отдыха. Это знаменитые города, курорты, места с уникальной целебной минеральной водой, целебными грязями и климатом. Некоторые районы в основном привлекают туристов в определенное время года. Этот вид туризма называется сезонным.

М.Б. Алексеев описывает туристские продукты как «набор услуг и товаров туристического назначения».

Туристские продукты включают в себя сочетание дестинационного туризма, туристических и экскурсионных услуг, а также туризма и сувениров.

Рассматривая туризм как систему взаимодействующих элементов, составляющих целостное образование, имеющее новые свойства, отсутствующие у ее элементов, можно сделать вывод, что элементы системы связаны между собой и определенным образом управляются. Многие исследователи туристских продуктов ссылаются на результаты деятельности, которые туристические компании продают на рынке в виде услуг или их комплексов. Кроме того, существует мнемоническое определение туристских продуктов, которое определяет туризм как «4р-транспорт, жилье, еда и выставка».

Мировая индустрия туризма основана на специфическом и рациональном использовании туристских ресурсов. Ее суть заключается в объектах, представляющих интерес в туризме, и впечатлениях, которые туристы могут получить от восприятия этих объектов [3, с. 44-67].

По мнению А.М. Мухамедьяров, туристскими услугами являются возможности предоставления туристических ресурсов таких как: культура, история, архитектура, знаковые, научные и промышленные объекты и явления; то есть все объекты, которые могут удовлетворить потребности человека во время туристических поездок.

Исторические и культурные памятники также являются важными туристическими ресурсами, которые включены в перечень туристских услуг любого региона России: уникальные культовые сооружения, пирамиды, гробницы, скульптуры, шедевры храмовой архитектуры, дворцы и парки, музейные коллекции, а также небольшие деревни, отдельные национальности и их национальности.

Предоставление туристских услуг, таких как ресурс Лас-Агуас, обладают особенно впечатляющей привлекательностью. Для людей, склонных к познанию или приключениям, вода всегда интересна. Большинству людей нравится любоваться бескрайними водами океана, озера или текущей реки.

В мире существует большое количество любителей дайвинга с аквалангом или масками и ластами.

Например, Большой Барьерный риф является национальным достоянием Австралии и объявлен аквапарком мирового значения. Он всегда привлекает множество туристов.

Красное море предоставляет неограниченные возможности для дайвинга и размышлений о жителях морских глубин. Этот вид туристических услуг все чаще используется Египтом для развития въездного туризма. Это неотъемлемая часть туристических развлечений.

В других случаях поиск новых и известных подводных объектов и осмотр древностей также являются важными видами туристских услуг. Осмотр места кораблекрушения - самый популярный вид приключений. Например, Греция, Кипр, Италия, Турция, Мальта и другие средиземноморские страны активно используют эти ресурсы подводного туризма. В Финском заливе, начиная с войн викингов и шведско-российских войн и заканчивая Второй мировой войной, было обнаружено 5000 подводных объектов разных эпох. Эти туристические ресурсы только начали использоваться Россией и другими странами Балтии [10, с. 23-64].

Самыми популярными туристическими достопримечательностями являются водопады: большие и знаменитые из них, такие как Нягала на границе между Соединенными Штатами и Канадой, Игуасу в Аргентине и Бразилии, Виктория на границе между Зимбабве и Замбией, и такие маленькие, как Иматра в Финляндии, Киваки в Карелии и Охонски в Монголии. Фьорд - одна из самых популярных достопримечательностей Норвегии. Гейзеры - самый популярный объект туристов в Исландии.

Неизменный интерес туристов вызывает невидимая линия, пересекающая экватор или Полярный круг, линия смены дат, и тот факт, что они посещают северный и Южный полюсы земли, а также самые высокие точки горной системы.

1.2. Особенности туристской деятельности в виде предоставления туристских услуг на основе туристских

ресурсов и их видов

Туристические ресурсы являются национальным достоянием. В то же время некоторые из этих особо важных вещей отнесены к объектам и памятникам мирового значения. Во многих странах мира есть такие объекты. ЮНЕСКО ежегодно разрабатывает и обновляет свой список. Эти памятники культуры и природные объекты охраняются государством, и фонды Организации Объединенных Наций также используются для поддержания и защиты объектов всемирного наследия и объектов.

Например, 440 миллионов долларов было выделено на защиту руин и храмов Абу-Симбела в зоне затопления Египта во время строительства Асуанской плотины на Ниле. Некоторые из наиболее ценных предметов были вырезаны в скалах, а некоторые были разобраны, перенесены на более высокое место и собраны снова.

Следует отметить, что интерес туристов к посещению вызывают не только уникальные древние рукотворные сооружения, но и современные рукотворные произведения. Например, проводятся экскурсии в виде туристских услуг в крупные карьеры и шахты, сборочные цеха на автомобильных заводах, крупные животноводческие фермы и рыбные фермы, винодельни и пивоварни, а также постоянно увлекающиеся дегустационные залы, чтобы узнать об истории различных сортов напитков и вин [2, с. 32-41].

Из-за нынешней неспособности удовлетворить потребности туристов без предоставления транспорта, проживания и питания отсутствуют туристические информационные службы и туристические предприятия, то есть вся туристическая инфраструктура. Эти объекты следует рассматривать как относящиеся к сфере услуг или социальной культуре.

Поэтому страны по всему миру располагают разнообразными туристскими ресурсами, и их использование постоянно расширяется, объекты и явления самыми неожиданными способами и методами обслуживают туристов, занимающихся туризмом, что способствует расширению и укреплению основных туристических активов и рынка туристских услуг.

При существующем разнообразии видов и направлений международного туризма мотивация к путешествиям имеет решающее значение.

Туристическая мотивация является необходимой основой для создания эффективной системы планирования, разработки и внедрения туристических услуг и туристических продуктов. Есть много причин или целей, которыми может руководствоваться путешествующий турист. Они зависят от возраста и уровня образования туриста, его здоровья и семейного положения, особенностей личности и темперамента и даже времени года, в которое можно путешествовать. Это может быть не одна, а совокупность причин, по которым туристы выбирают вид путешествия, объект или группу объектов для посещения или один из рекомендуемых туристических продуктов (туристических пакетов).

Мотивы и туристические цели туристов в дороге переплетены и создали сложное сочетание интересов различных туристических групп. Цели путешествия могут быть следующими: досуг и развлечения; научные и познавательные интересы; святые места паломничества; цели лечения и др.

Кодексы и федеральные законы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 19.12.2022, с изм. от 11.04.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023).
2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (последняя редакция).
3. Федеральный закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 05.12.2022) «О защите прав потребителей».
4. Федеральный закон от 28 мая 2022 г. N 148-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»».

Нормативно правовые акты

5. ГОСТ 32613-2014. Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования. – Введ. 2014-02-27. – М.: Стандартинформ, 2014. – 9 с.

Монографии, учебники, учебные пособия

6. Алексеева, М.Б. Анализ туристической деятельности / М.Б. Алексеева. - М.: Юрайт, 2019. - 791 с.
7. Андрейчиков, А.В. Организация и финансирование туристической деятельности: учебное пособие / А.В. Андрейчиков. - М.: Финансы и статистика, 2019. - 264 с.
8. Аракчеева, З. В., Чигинцева, Е. Г. Активные методы обучения в правовой подготовке студентов направления сервиса и туризма // Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий: сборник научных статей по результатам XIII научно-практической конференции. - 2019. - С. 163 - 164.

9. Афонин, И.В. Внутренний туризм и его услуги / И.В. Афонин. - М.: Гардарики, 2020. - 224 с.
 10. Какаева, А.Е. Туристический бизнес. Стратегическое управление развитием: учебное пособие / А.Е. Какаева. - М.: Дело, 2019. - 176 с.
 11. Карпова Г. А., Волошинова М. В., Хорева Л. В. Подготовка кадров для сферы рекреации и туризма: сетевизация и профессиональные стандарты // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. - 2019. - №3 (3). - С. 27-35.
 12. Мухамадиева Ю. П., Полупанов И. И. Актуальные проблемы кадрового обеспечения в сфере туризма // Молодой ученый. - 2019. - № 13.2 (147.2). - С. 15-17.
 13. Нежелченко Е. В., Ясенюк С. Н., Яковенко Н. Ю. Проблемы текучести кадров и пути ее снижения в индустрии гостеприимства // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - 2019. - Т.5. № 3. - С. 32-41.
 14. Переверзев М. В. Подготовка кадров для гостиничного и туристического бизнеса в Российской Федерации: системный подход // Гуманитарные науки. - 2020. - №1. - С.39-52.
 15. Пирогова О. В. Состояние подготовки кадров для сферы туризма в Российской Федерации // Интерактивная наука. - 2019. - № 6 (28). - С. 24-28.
 16. Просветов, Г.И. Управление туризмом / Г.И. Просветов. - М.: Альфа-пресс, 2022. - 208 с.
 17. Тарасенко, В.Б. Внутренние объекты туризма / В.Б. Тарасенко. - М., 2019. - 202 с.
 18. Токарев, В.Е. Научно-технический менеджмент туризма. Общие положения и подходы / В.Е. Токарев. - М.: МАИ, 2020. - 211 с.
 19. Gazija M. A. Importance of staff training in hotel industry Case Study: Hotel Dukagjini // ILIRIA International Review. - 2021. - Vol. 1(2). - P. 15-26.
 20. Pan H., Wang S. On the construction of a cooperative education model for tourism management // Science Consulting (Science and Technology Management). - 2020. - Vol. (12). - P. 31-32.
- Интернет-ресурсы
21. Рынок труда и занятости в туризме. URL: https://spravochnick.ru/turizm/rynok_truda_i_zanyatosti_v_turizme/#obschaya-kartina-rynka-truda-i-zanyatosti-v-turizme (дата обращения: 28.04.2023).
 22. Туризм и гостеприимство. Атлас новых профессий. URL: <https://atlas100.ru/catalog/turizm-i-gostepriimstvo/> (дата обращения: 28.04.2023).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/353901>