**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы**. В настоящее время туристический бизнес – одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства. Международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. Значение туризма в мире постоянно увеличивается, что связано с возросшим влиянием туризма на экономику отдельной страны.

Актуальность этой темы определена стремительным развитием рынка туристических услуг, характерными чертами которого на сегодняшний день являются динамичные изменения туристического спроса и предложений. Коммерческий успех туристического агентства зависит также от того, какой туристский продукт оно предлагает, какие туристские услуги оказывает и насколько качественно все это делается.

Успешная туристическая фирма, естественно, стремится оказать разнообразные услуги как можно большему количеству клиентов. Эта модель коммерческого успеха характерна для большинства фирм на современном туристском рынке. Многие туристские фирмы стараются максимально разнообразить свой ассортимент услуг, чтобы удовлетворить как можно больше потребностей клиента.

Успех данной отрасли напрямую зависит от того, насколько качественно сформирована ассортиментная политика. Ни одна туристическая фирма не может пользоваться только имеющимися в ее ассортименте маршрутами. Постоянно изменяются понятия населения о наилучших видах отдыха, меняется мода на престижные места отдыха, появляются новые курортные районы, новые клиенты приходят с новыми запросами по поводу организации деловых или иных туров в ранее не охваченные данным туроператором регионы.

Туристский продукт включает в себя множество разнообразных услуг (экскурсионные или другие услуги согласно целям маршрута, бронирование, виза, авиа., ж/д билеты и т. п.), которые предлагаются широкому кругу потребителей. Потребитель может купить или не купить тот или иной туристский продукт, например, если его не устроила цена, не понравилось отношение к нему персонала, не убедил информационный буклет, не понравился офис фирмы.

Для более детального и удобного рассмотрения данных вопросов может помочь база данных «Туристическое агентство», которое упростит работу сотрудников, а также клиентов, если это будет онлайн-бронирование.

Главной **целью** курсового проекта является рассмотрение аспектов деятельности туристических агентств.

Для достижения поставленной цели в курсовом проекте были определены следующие **задачи**:

* изучение теоретических аспектов работы туристических агентств;
* изучение специфики этой формы деятельности;
* детальное ознакомление со всеми сферами деятельности организаций, связанных с туристической;

**Объектом** курсового проекта является разработка реляционной базы данных туристическое агентство.

**Предметом** курсового проекта является деятельность, связанная с туристическими аспектами.

**Теоретическую основу** курсового проекта составляют положения и выводы в области разработки баз дынных.

**Публикации**. Основные результаты курсового проектирования опубликована в одной статье.