

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ**

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

**Факультет соціальних комунікацій і музейно-туристичної діяльності
Кафедра туристичного бізнесу**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з навчальної роботи
Інна СТАШЕВСЬКА

Інна Сташевська
27 серпня 2020 р.

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Робоча програма навчальної дисципліни

Освітньо-професійна програма «Туризмознавство»

Спеціальність 242 «Туризм»


Галузь знань 24 Сфера обслуговування

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти


Харків, 2020

Робоча програма Туроперейтинг
за спеціальністю 242 Туризм. «25» серпня, 2020 року 27с.
Мова навчання — українська

Розробник: **Наталія ШУМЛЯНСЬКА**, старший викладач кафедри туристичного бізнесу
Робоча програма затверджена на засіданні кафедри туристичного бізнесу
Протокол від «25» серпня 2020 року № 2

Завідувач кафедри туристичного бізнесу
доктор культурології, доцент _____  Любов БОЖКО

Робочу програму затверджено на Раді факультету соціальних комунікацій і музейно-туристичної діяльності
Протокол від «25» серпня 2020 року № 1

Голова Ради факультету,
доктор педагогічних наук, професор _____  Алла СОЛЯНИК

©Харківська державна академія культури, 2020 рік

© Шумлянська Н. В., 2020 рік

1. Загальна інформація про дисципліну

1	Назва дисципліни	Туроперейтинг
2	Викладач	Шумлянська Наталя Володимирівна
3	Контактні дані викладача (роб.тел., емейл)	natalia_shumlianska@xdak.ukr.education
4	Статус дисципліни (обов'язкова чи вибіркова)	обов'язкова
5	Рік підготовки	4
6	Семестр	7
7	Лекції (год.)	30
8	Практичні (семінарські, лабораторні) заняття (год.)	20
9	Самостійна робота (год.)	70
10	Індивідуальна робота (год.)	—
11	Кількість кредитів	5
12	Загальна кількість годин	150
13	Види поточного контролю	поточне опитування, контрольні тестування, реферати, ситуаційні завдання
14	Вид підсумкового контролю	екзамен

2. Анотація дисципліни

2.1. Місце дисципліни в програмі навчання

Туроперейтинг є обов'язковим освітнім компонентом підготовки фахівця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 242 Туризм.

2.2. Пререквізити та постреквізити дисципліни

Розвиток туризму в Україні як соціально-економічного явища значною мірою визначається попитом та пропозицією на ринку туристичних послуг, на який певною мірою впливає діяльність туроператорських підприємств, їх здатність створювати привабливий туристський продукт та вміння успішно просувати його на ринку туристських послуг. Тому освітній компонент

«Туроперейтинг» охоплює технологію створення та просування туристського продукту, організацію господарської діяльності туроператорів, їх взаємодію та співпрацю з турагентами і підприємствами розміщення, перевезення, страхування, екскурсійних послуг та харчування.

2.3. Мета вивчення дисципліни – є формування системи теоретичних компетентностей щодо технологій обслуговування туроперейтингу для вирішення конкретних ринкових завдань, що виникають у сфері туристської індустрії підчас розробки або просування нового туристського продукту, заснування власного туристського бізнесу, управління туристськими підприємствами або формування та виконанні послуг, що вони надають.

2.4. Завдання вивчення дисципліни.

Завданням є виявлення економічних, соціальних, психологічних, організаційних та управлінських закономірностей з метою визначення і використання на практиці більш ефективних способів та методів підвищення задоволеності туристів від споживання турпродукту.

2.5. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни.

- знання і розуміння предметної області своєї професії та специфіки професійної діяльності;
- уміння застосовувати фахові знання на практиці;
- здатність орієнтуватись в організації туристично-рекреаційного простору, аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління;
- розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);
- здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;
- розуміння принципів і процесів формування та організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та його підсистем;

- здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах;
- здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;
- здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку;
- здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу;
- здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;
- здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці;
- уміння працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

2.6. Результати навчання.

Результати вивчення даної освітньої компоненти деталізують такі програмні результати навчання:

- знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;
- знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук;
- аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території;

- застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
- розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися;
- організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;
- розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна);
- застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг;
- встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей;
- проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття;
- діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості;
- приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;
- професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.

3. Політика дисципліни

3.1. Політика виставлення оцінок (пропущені заняття, відпрацювання пропусків): кожна оцінка виставляється відповідно до розроблених викладачем та заздалегідь оголошених студентам критеріїв, а також мотивується в індивідуальному порядку на вимогу студента; у випадку не відпрацювання студентом усіх передбачених занять до екзамену він не допускається; пропущені заняття обов'язково мають бути відпрацьовані. Форму і час відпрацювання студент та викладач взаємопогоджують.

3.2. Політика академічної поведінки та доброчесності (плагіат, поведінка в аудиторії): конфліктні ситуації мають відкрито обговорюватись в академічних групах з викладачем, необхідно бути взаємно толерантним, поважати думку іншого. Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. Недопустимі підказки і списування у ході семінарських занять, контрольних роботах, на іспиті.

Норми академічної етики: дисциплінованість; дотримання субординації; чесність; відповідальність; робота в аудиторії з відключеними мобільними телефонами.

4. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Основи туropolерейтингу

Етапи розвитку туropolерейтингу. Поняття "туropolерейтинг" та види діяльності туropolератора. Основні функції туropolераторської діяльності. Класифікація та види туropolераторів. Основні типи туropolераторів.

Оператори, що спеціалізуються на певному сегменті ринку. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Організація турів для внутрішнього туризму. Виїзні (ініціативні) туropolератори. Рецептивні туropolератори.

Зовнішні та внутрішні фактори туropolерейтингу. Оцінка їх впливу на ведення господарської діяльності.

Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму.

Тема 2. Туropolерейтинг та агентський бізнес у туризмі

Вимоги щодо ліцензування туropolераторської діяльності. Регуляторні вимоги щодо організації туropolераторського та турагентського бізнесу. Типова організаційна структура туropolератора: взаємозв'язок роботи і підрозділів. Характер контрактних стосунків між туropolератором і турагентством. Контрагентська мережа і основні умови

агентських угод.

Класифікація турагентів. Основні функції турагентів. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їх місце в структурі каналів збуту. Роль турагентств в турбізнесі.

Власні бюро продажів туроператора та їх головні функції. Види ринкових каналів просування туристичного продукту. Формування збутової мережі туроператорів. Формування збутової мережі. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

Тема 3. Технологія створення туристського продукту, формування його асортименту

Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора.

Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Графоаналітичні моделі програм обслуговування.

Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку. Визначення портрету споживача й потреб туристів.

Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками. Типова тимчасова шкала туроперейтингової програми. Принципи вибору місць прийому. Послідовність робіт стосовно вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення, засоби розміщення, тривалість туру.

Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку. Перелік технологічної документації при формуванні турів.

Тема 4. Правила формування програм перебування туристів

Елементи програми туристичного обслуговування. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування

туристів. Види програмних заходів та їх характеристика. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Програма туристичного обслуговування. Правила розробки програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.

Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна, спортивна, освітня, ділова та інші. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму з точки зору: туристичного менеджменту, туристичного маркетингу, технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів. Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.

Тема 5. Організація обслуговування клієнтів у туристичному агенстві

Форми організації збуту туристського продукту. Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту. Тлумачення терміну "аквізитор". Джерела аквізиції туристів

Стратегії встановлення цін на туристичні пакети. Перелік робіт із створення туристичної пропозиції фірми.

Документообіг між туристом, турагентом та туроператором при здійсненні продажу туру. Бонусні програми туроператорів. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором.

Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.

Тема 6. Рецептний туроперейтинг

Ресурси рецептного туроперейтингу. Туристичні ресурси

рецептивного туропейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туропейтингу. Види туризму рецептивного українського туропейтингу.

Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг.

Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туроператорів.

Тема 7. Ініціативний туроперейтинг

Етапи дослідження: загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, ступінь інтегрованості ринку, стан та рівень доступності туристсько-екскурсійних ресурсів, стан та рівень розвитку сфери гостинності, територіальна організація ринку пропозиції, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

Туристичний пакет як найбільш популярна форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.

Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг.

Тема 8. Консолідований туроперейтинг

Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.

Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора. Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

Безвідзивний та відзивний комітмент. Бронювання та блокування

місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць в підприємствах туризму. Сутність комітменту. Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.

Тема 9. Організація туристичних подорожей туроператором

Типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

Порядок бронювання через мережу Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг.

Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Правила dead-line. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції. Види та форми розрахунків за туристичне обслуговування.

Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг. Параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

Структура навчальної дисципліни

Тематика курсу					
Тема, план лекції	Форма заняття	Література	Завдання, год.	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Основи туроперейтингу	Лекція, семінарське	1-6, 7-11	5	10 балів	

	заняття				
Тема 2. Туроперейтинг та агентський бізнес у туризмі	Лекція, семінарське заняття	1-6	5	10 балів	
Тема 3. Технологія створення туристського продукту, формування його асортименту	Лекція, Семінарське заняття	1-6, 7-11, 14-19	10	20 балів	
Тема 4. Правила формування програм перебування туристів	Лекція, Семінарське заняття	1-6, 7-11, 14-19	5	10 балів	
Тема 5. Організація обслуговування клієнтів у туристському агенстві	Лекція, Семінарське заняття	1-6,8,9	5	10 балів	
Тема 6. Рецептивний туроперейтинг	Лекція, Семінарське заняття	1- 6, 14-19	5	10 балів	
Тема 7. Ініціативний туроперейтинг	Лекція, Семінарське заняття	1- 6, 7-11.	5	10 балів	
Тема 8. Консолідований туроперейтинг	Лекція, Семінарське заняття	1- 6, 14-19	5	10 балів	
Тема 9. Організація туристських подорожей туроператором	Лекція, Семінарське заняття	1- 6,14-19	5	10 балів	
Разом			50	100	

Тематика семінарських (або практичних) занять

Заняття з туроперейтингу

Заняття 1. Основи туроперейтингу

1. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора.

2. Основні функції туроператорської діяльності.
 3. Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів.
 4. Оператори масового ринку. Оператори, що спеціалізуються на певному сегменті ринку.
 5. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Організація турів для внутрішнього туризму.
 6. Виїзні (ініціативні) туроператори. Рецептні туроператори.
 7. Основні функції туроператорів. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка їх впливу на ведення господарської діяльності.
 8. Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика.
 9. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму.
 10. Описати етапи створення туроператора.
- Література: 1-6, 7-11.

Заняття 2: Історія розвитку туроперейтингу та сучасні глобалізаційні процеси у туризмі

1. Етапи розвитку туроперейтингу.
2. Сучасні тенденції розвитку туроператорської і турагентської діяльності.
3. Сучасні тенденції європейського ринку туроператорів.
4. Визначення поняття «туристичний ринок». Суб'єкти та об'єкти ринку.
5. Функції туристичного ринку.
6. Характеристики туристичного ринку.
7. Охарактеризувати механізм функціонування туристичного ринку.
8. Умови ефективного функціонування туристичного ринку.
9. Туристичний кругообіг та його характеристики.
10. Сутність поняття «глобалізація». Транснаціоналізація у туризмі.

11. Макро-, мезо- та мікрорівень глобалізації у сфері туризму.
12. Позитивні та негативні наслідки глобалізації.

Література: 1-6.

Заняття 3. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі

1. Нормативно-правові вимоги організації туроператорського та турагентського бізнесу.

2. Вимоги щодо ліцензування туроператорської діяльності.

3. Регуляторні вимоги щодо організації туроператорського та турагентського бізнесу.

4. Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи і підрозділів.

5. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.

6. Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів. Основні функції турагентів.

7. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їх місце в структурі каналів збуту. Роль турагентств в турбізнесі.

8. Агентські мережі. Власні бюро продажів туроператора та їх головні функції. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.

9. Формування збутової мережі туроператорів. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

Література: 1-6, 7-11, 14-19.

Семінар 4. Технологія створення туристичного продукту, формування його асортименту

1. Зміст робіт з туристичного проектування. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора.

2. Етапи розробки туру.

3. Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних

ринках.

4.Мотивація подорожей та формування пакетів послуг.

5.Графо-аналітичні моделі програм обслуговування.

6.Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку.

Визначення портрету споживача й потреб туристів.

7.Стадії планування туристичного пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками.

8.Типова тимчасова шкала туроперейтингової програми. Принципи вибору місць прийому.

9.Послідовність робіт стосовно вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення, засоби розміщення, тривалість туру.

10.Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.

11.Перелік технологічної документації при формуванні турів. Калькулювання вартості туру.

Література:1-6, 7-11, 14-19.

Семінар 5. Технологічна документація туру

1. ГОСТ 28681.1-95 «Проектирование туристских услуг»;

2. ГОСТ 28681.2-95 “ Туристские услуги. Общие требования”;

3. ГОСТ 28681.3-95 Туристско-экскурсионное обслуживание.

Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов. Дата введения—4 марта 1996 года;

4. ДСТУ 4268:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. Чинний від 2004-07-01;

5. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів. Чинний від 2004-07-01. (замінює ГОСТ 28681.4-95«Классификация гостинниц»);

6. ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства. Класифікація. Чинний від 2004-07-01;
7. ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. Чинний від 2006-10-01;
8. Додаток N 1 до постанови колегії Держкомтуризму України від 23 лютого 1994 р. № 7 «Положення про туристичний ваучер»;
9. Методичні рекомендації з використання туристичного ваучера, затверджені наказом Державного комітету з питань туризму від 16 серпня 1996р. № 40;
10. Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України "Про затвердження Ліцензійних умов здійснення господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, закордонного туризму, екскурсійної діяльності" від 17.01. 2001 р. № 7/6 (далі - Ліцензійні умови).
11. Технологічна карта туристської подорожі по маршруту (додаток А до ГОСТ 28681.1-95);
12. Графік завантаження туристичного підприємства групами туристів на певний час (додаток Б до ГОСТ 28681.1-95);
13. Інформаційний листок до путівки туристської подорожі (додаток В до ГОСТ 28681.1-95);
14. Бланки путівок;
15. Лист бронювання (Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р.);
16. Бланки договорів з клієнтами – турагентами (Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р.);
17. Договори з партнерами - постачальниками послуг (готелями, транспортними компаніями, екскурсійними бюро і т. д.).

Література:1-6, 7-11, 14-19.

Семінар 6. Правила формування програм перебування туристів

1.Характеристика термінів: "програмне обслуговування в туризмі", "програма перебування туристів".

2.Елементи програми туристичного обслуговування. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів. Види програмних заходів та їх характеристика.

3.Алгоритм розроблення програми обслуговування.

4. Правила розробки програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.

5.Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів.

6.Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна, спортивна, освітня, ділова та інші. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування.

7.Цілі програмного туризму з точки зору: туристичного менеджменту, туристичного маркетингу, технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів.

8. Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів.

9.Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.

Література: 1-6, 7-11, 14-19.

Семінар 7. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві

1.Канали просування і реалізації турпродукту. Форми організації збуту туристського продукту.

2.Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.

3.Тлумачення терміну "аквізитор". Джерела аквізиції туристів.

4.Стратегії встановлення цін на туристичні пакети. Перелік робіт із створення туристичної пропозиції фірми.

5.Етапи реалізації туристичного продукту фірми. Документообіг між

туристом, турагентом та туроператором при здійсненні продажу туру.

6. Бонусні програми туроператорів. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором.

7. Форми та стилі обслуговування клієнтів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.

8. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів.

9. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.

10. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.

Література: 1-6, 8, 9.

Семінар 8. Ініціативний та рецептивний туроперейтинг

1. Оцінка туристичного ринку країни-партнера.
2. Етапи дослідження: загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, ступінь інтегрованості ринку, стан та рівень доступності туристсько-екскурсійних ресурсів, стан та рівень розвитку сфери гостинності, територіальна організація ринку пропозиції, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.
3. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.
4. Туристичний пакет як найбільш популярна форма продажу турпродукту.
5. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.
6. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг.
7. Поняття та зміст рецептивного туроперейтингу. Ресурси рецептивного туроперейтингу.

8. Туристичні ресурси рецептивного туропейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туропейтингу.
9. Види туризму рецептивного українського туропейтингу.
10. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Форми співпраці рецептивних туроператорів з продуцентами туристичних послуг.
11. Формування каталогу пропозицій рецептивного туроператора.
12. Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів.
13. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туроператорів.

Література:1-6, 7-11, 14-19.

Семінар 9. Консолідований туроперейтинг

- 1.Організація співпраці між туроператорами.
- 2.Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку.
- 3.Міжнародний туроперейтинг.
- 4.Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.
- 5.Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу.
- 6.Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора.
- 7.Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.
- 8.Формування догоровного плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент.
- 9.Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць в підприємствах туріндустрії.
- 10.Сутність комітменту. Договірне забезпечення та форми співпраці

консолідаторів з туроператорами та турагентами.

Література:1-6, 7-11, 14-19.

Семінар 10. Організація туристичних подорожей туроператором

1.Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства).

2.Типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво.

3.Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

4.Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Наземне обслуговування. Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

5.Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через мережу Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг.

6.Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг.

7.Правила dead-line. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції. Види та форми розрахунків за туристичне обслуговування.

8.Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг.

9.Параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

Література:1-6, 7-11, 14-19.

Самостійна робота

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Технологія створення туристського продукту, формування його асортименту	10
2	Правила формування програм перебування туристів	10
3	Організація обслуговування клієнтів у туристському агенстві	10
4	Рецептивний туropolерейтинг	10
5	Ініціативний туropolерейтинг	10
6	Організація туристських подорожей туropolератором	20
	Разом	70

6. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Туropolерейтинг» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Для екзамену

Розділ 1 Теми 1-3	Розділ 2 Теми 4-6	Розділ 3 Теми 7-10	Підсумковий контроль (екзамен)
20%	20%	20%	40%
6 тиждень	11 тиждень	16 тиждень	Екзаменаційна сесія

Шкала оцінювання:

За шкалою ТНЕУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

7. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1.	Опорні конспекти лекцій;	1-10
2.	Навчальні посібники;	1-10
3.	Силабус;	1-10
4.	Збірка тестових і контрольних завдань для поточного оцінювання навчальних досягнень студентів;	1-10
5.	Засоби підсумкового контролю (комплект тестових завдань для підсумкового контролю)	1-10

Підсумкові питання

1. Етапи розвитку туropolерейтингу.
2. Поняття "туropolерейтинг" та види діяльності туropolератора.
3. Основні функції туropolераторської діяльності.
4. Класифікація та види туropolераторів.
5. Основні типи туropolераторів.

6. Оператори масового ринку. Оператори, що спеціалізуються на певному сегменті ринку.
7. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення.
8. Виїзні (ініціативні) туроператори. Рецептні туроператори.
9. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу.
10. Структура туристичного ринку.
11. Нормативно-правові вимоги організації туроператорського та турагентського бізнесу.
12. Вимоги щодо ліцензування туроператорської діяльності.
13. Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів.
14. Основні функції турагентів.
15. Агентські мережі.
16. Формування збутової мережі туроператорів.
17. Зміст робіт з туристичного проектування.
18. Етапи розробки туру.
19. Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках.
20. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг.
21. Графо-аналітичні моделі програм обслуговування.
22. Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку.
23. Визначення портрету споживача й потреб туристів.
24. Стадії планування туристичного пакету.
25. Послідовність робіт стосовно вибору постачальників послуг (контрагентів).
26. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.
27. Перелік технологічної документації при формуванні турів.
28. Калькулювання вартості туру.
29. Характеристика термінів: "програмне обслуговування в туризмі", "програма перебування туристів".
30. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію

програм перебування туристів.

31. Види програмних заходів та їх характеристика.

32. Правила розробки програм перебування туристів.

33. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів.

34. Канали просування і реалізації турпродукту. Форми організації збуту туристського продукту.

35. Методи збуту туристичного продукту.

36. Стратегії встановлення цін на туристичні пакети.

37. Етапи реалізації туристичного продукту фірми.

38. Документообіг між туристом, турагентом та туроператором при здійсненні продажу туру.

39. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.

40. Поняття та зміст рецептивного туроперейтингу. Види туризму рецептивного українського туропейтингу.

41. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг.

42. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туроператорів.

43. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

44. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора.

45. Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку.

46. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.

47. Формування договірною плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент.

48. Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті.

49. Умови отримання блоків місць в підприємствах туристичної індустрії. Сутність комітменту.

50. Особливості договору чартеру (фрахту). М'який та твердий блок.

51. Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

52. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через мережу Internet.

53. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору.

54. Суть і значення якості туристських послуг.

55. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література:

1. Баєв В. В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб. Київ: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.

2. Михайліченко Г. І. Туropolерейтинг : підручник Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304 с.

3. Бабарицька В. К. Малиновська О.ІО. Менеджмент туризму. Туropolерейтинг. Київ : Вид. Альтпрес, 2009. 288 с.

4. Любіцева О. О. Методика розробки турів: навч. посібн. Київ: Альтерпрес, 2003. – 104 с.

5. Туropolерейтинг: прогр. та навч.-метод. матеріали навч. дисципл. для студ. 4 курсу з напр. підг. «Туризм» / Харк. держ. акад. культури ; розробн. Н. В. Шумлянська. Харків : ХДАК, 2016. 25 с.

6. Туropolерейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.

Допоміжна література:

7. Закон України «Про туризм» станомна 09.11.2013 № 324/95 Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

8. ДСТУ 4268-2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення туристів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. Київ : Держспоживстандарт України, 2004.

9. ДСТУ 4269-2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів.

Загальні вимоги: Від 01.07.04. Київ: Держспоживстандарт України, 2004.

10. ДСТУ 4527-2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: Від 28.02.06. Київ : Держспоживстандарт України, 2006.

11. НАКАЗ № 465 від 10.07.2013 Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності [Електро-нний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1275-13#n64>.

12. Попов В.А. Анализ и разработка алгоритмической модели туроператора / В.А. Попов, М.В. Миланов, А.К. Дорошенко // Радіоелектронні і комп'ютерні системи. – 2014. - № 1 (65). – С. 170-174.

13. What is the Definition of a Tour Operator? Режим доступу: <http://www.ask.com/question/what-is-the-definition-of-a-tour-operator>.

14. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) 3-е вид. Київ: Альтпрес, 2005. 253 с.

15. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей : навч. посібн. Київ: КНТЕУ, 2003. 156 с.

16. Сокол Т. Г Основи туристичної діяльності : підручник Київ: Грамота. 2006. 264 с.

17. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник Київ :: Знання, 2008. – 661 с.

18. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія Київ : КНТЕУ, 2008. 494 с.

19. Подлепіна П. О. Решетняк Ю.О. Роль туроператорів на ринку туристичних послуг // Актуальні проблеми міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу. Матеріали VII науково-практичної конференції молодих вчених 28 лютого 2014 року. – Харків:ХНУ імені В.Н. Каразіна. С.167-169.

20. Ткаченко Т. І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.

21. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібн. Київ : Атіка, 2006. 254 с.

Інтернет-ресурси:

22. Офіційний сайт Державного комітету статистики України Державної служби туризму і курортів. – www.ukrstat.gov.ua/.
23. Офіційний сайт Державної служби туризму і курортів України. www.tourism.gov.ua.
24. Офіційний сайт компанії "Амадеус Україна". – <http://www.amadeus.net.ua/rus/amadeusua.htm>.
25. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. – www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/1865.htm.
26. Про затвердження Положення про обов'язкове особисте страхування від нещасних випадків на транспорті : Постанова КМУ 959 від 14.09.1996 р.– <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=959-96-%EF>.
27. Програма ТАСІС. – http://www.technosoft.kiev.ua/ist/prog_tacis.html.
28. Программный комплекс "Оверия-Туризм". – <http://www.overia-tourism.com/>.
29. Туристичний портал. – <http://www.tour.com.ua>.
30. Tourism. – Access made : <http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism>.
31. World Economic Forum. – Access made: www3.weforum.org/WEF_GCR_TravelTourism_IndexRankingAndComparison_2009.pdf.
World Tourism. – www.world-tourism.org/.