

Силабус курсу:

ТУРОПЕРЕЙТИНГ



СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Ступінь вищої освіти:	бакалавр
Спеціальність:	242 «Туризм»
Рік підготовки:	4
Семестр викладання:	осінній
Кількість кредитів ЕКТС:	7.0
Мова(-и) викладання:	українська
Вид семестрового контролю	екзамен

Автор курсу та лектор:

д.геогр.н., професор Заваріка Галина Михайлівна

вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові

професор кафедри міжнародної економіки і туризму

посада

Dgalina_10@ukr.net	+38-0952081277	Viber за номером телефону	Viber за номером телефону
електронна адреса	телефон	месенджер	консультації

Анотація навчального курсу

Цілі вивчення курсу:

Мета лекційних занять: є набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічні навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпакету, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів.

Метою самостійної роботи є набуття студентами сучасних теоретичних знань та практичних навичок зі створення дієвої системи взаємодії між всіма суб'єктами туристичного ринку: туроператорів, турагентів, підприємств-виробників туристичних послуг з метою створення та реалізації програм туристичного обслуговування.

Результати навчання:

Знання: Знати:

- сутність туроперейтингу та зміст туроператорського та турагетського бізнесу;
- базові поняття в галузі туроперейтингу;
- основні види туроперейтингу та їх характеристики;
- правила та порядок оформлення туристичних документів;
- принципи створення програм перебування;
- технологію створення турпродукту та формування його асортименту;

- засади та напрями взаємодії суб'єктів туристичного ринку в сфері створення, просування турпродукту та організації його споживання;

Вміння: Вміти:

- розроблювати програми обслуговування;
- розроблювати туристичний продукт та оформлювати його документально;
- організовувати обслуговування туристів в офісі та на маршруті;
- налагоджувати оптимальну та продуктивну взаємодію між суб'єктами туристичного процесу.

Передумови до початку вивчення:

Вивчення дисципліни «Туроперейтинг» базується перш за все на знаннях, отриманих у процесі вивчення дисципліни «Маркетинг в туризмі та готельно-ресторанній справі», «Менеджмент в туризмі та готельно-ресторанній справі», «Організація екскурсійної діяльності» та ін.

Мета курсу (набуті компетентності)

Мета викладання дисципліни — є набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічні навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпаketу, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпаketів; організації обслуговування туристів.

Вивчення даного навчального курсу призначене для формування, удосконалення та розвитку у здобувача вищої освіти наступних компетентностей:

ЗК05. Прагнення до збереження навколишнього середовища

ЗК09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми

ЗК13. Здатність планувати та управляти часом

ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно

ФК1. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності

ФК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ФК7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту

ФК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем

Що забезпечується досягненням наступних програмних результатів навчання:

Продемонстровані здобувачами вищої освіти знання, уміння, комунікативні здібності, самостійність і відповідальність в прийнятті рішень складаються в інтегрований програмний результат навчання ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт та ПР08. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися, що зв'язаний з дисципліною «Туроперейтинг» в освітній програмі за спеціальністю 242 «Туризм» і позначений в програмі міткою «ПР07 та ПР08».

Структура курсу

	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
1	Основи туроперейтингу	Денне 2/2	Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни. Етапи розвитку туроперейтингу.	Презентації в PowerPoint.

	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
		Заочне 0,5/0,5	<p>Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора. Предмет діяльності туроператора. Профіль роботи туроператора. Схема організації роботи туроператора по розробці і реалізації туристичного продукту. Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів. Функції туроператорів та турагентів. Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму.</p>	Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
2	Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі	Денне 2/2 Заочне 0,5/0,5	<p>Організація туроператорського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування тур операторської та тур агентської діяльності.</p> <p>Регуляторні вимоги щодо організації туроператорського та турагентського бізнесу. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту.</p> <p>Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.</p> <p>Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів. Види агентів. Агентські мережі. Власні бюро продажів туроператора та їх головні функції. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.</p> <p>Формування збутової мережі туроператорів. Канали просування і реалізації турпродукту. Форми організації збуту туристського продукту. Роль турагентств в турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між тур агентом і туроператором. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентом. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.</p>	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
3	Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту	Денне 2/2 Заочне 1/1	<p>Зміст робіт з турпроекування. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора.</p> <p>Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Графо-аналітичні моделі програм обслуговування.</p> <p>Алгоритм розроблення програми</p>	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.

	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
			<p>обслуговування. Планування туристичних подорожей. Схеми роботи туроператора по реалізації та організації турів.</p> <p>Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.</p> <p>Програма туристичного обслуговування. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму з точки зору: туристського менеджменту; туристського маркетингу; технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів.</p> <p>Розроблення туру та калькулювання його вартості. Бонусні програми туроператорів.</p>	
4	Правила формування програм перебування туристів	<p>Денне 2/2</p> <p>Заочне 0,5/0,5</p>	<p>Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів». Види програмних заходів та їх характеристика. Елементи програми туристичного обслуговування.</p> <p>Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Умови і принципи розробки туру. Процес розробки.</p> <p>Правила розроблення програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.</p> <p>Перелік робіт по створенню туристичної пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.</p> <p>Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.</p> <p>Порядок і етапи розробки турпродукта. Основні і специфічні потреби туристів. Початкова диференціація туристських поїздок. Споживчі властивості туру.</p>	<p>Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.</p>
5	Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві	<p>Денне 2/2</p> <p>Заочне 0,5/0,5</p>	<p>Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.</p> <p>Форми та стилі обслуговування клієнтів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.</p> <p>Формування комунікаційних навичок</p>	<p>Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій.</p>

	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
			<p>менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.</p> <p>Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.</p> <p>Професійні стандарти працівників туристичної фірми.</p>	Тести. Індивідуальні завдання.
6	Рецептивний, ініціативний, консолідований туropolерейтинг	Денне 2/2 Заочне 0,5/0,5	<p>Поняття та зміст рецептивного туropolерейтингу. Ресурси рецептивного туropolерейтингу. Туристичні ресурси рецептивного туropolерейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туropolерейтингу. Види туризму рецептивного українського туropolерейтингу.</p> <p>Диференціація пропозицій рецептивних туropolераторів.</p> <p>Оцінка туристичного ринку країни-партнера. 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 тур продукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.</p> <p>Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.</p> <p>Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.</p> <p>Формування каталогу пропозицій ініціативного туropolератора.</p> <p>Світовий ринок туropolераторів консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туropolерейтинг.</p> <p>Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора.</p>	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.

	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
7	Організація туристичних подорожей туроператором	Денне 2/2 Заочне 0,5/0,5	Організація співпраці між туроператорами. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.). 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. 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. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг.	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.

Рекомендована література

Основна література:

1. Про туризм: Закон України (в ред. від 2003 р.) // zakon.rada.gov.ua
2. Бабарицька В., Малиновська О. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навч. посіб. — К.: Альтерпрес, 2008.
3. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. — К.: Альтерпрес, 2009. — 288 с.
4. Кифяк В. Ф. Організація туризму: Навч. посіб. — Чернівці: Книги-XXI, 2008.
6. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: Навч. посіб. — К.: Знання, 2011.
7. Любіцева О. О. Методика розробки турів: Навч. посіб. — К.: Альтерпрес, 2003. — 104 с.
8. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: Підручник / О. О. Любіцева, В. К. Бабарицька. — К.: ВПЦ "Київський університет", 2008. — 335 с.
9. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). — К.: Альтерпрес, 2002. — 436 с.
11. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с.
12. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навч. посіб. — К.: Атіка, 2006. — 254 с.

Інформаційні ресурси.

1. Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.

2. Законодавство України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.rada.kiev.ua>.
3. Національна бібліотека ім. В. Вернадського [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/>.
4. Система дистанційного навчання СНУ ім. В. Даля – <http://moodle.snu.edu.ua/>
5. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 242 «Туризм» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України № 1068 від 04.10.2018. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/242-turizm-bakalavr.pdf>

Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки щодо виконання курсової роботи з дисципліни «Організація туризму: Туроперейтинг» (для студентів усіх форм навчання спеціальності 242 «Туризм» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» методичні розробки Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2017. – 45 с.

Реєстраційний № 7566

Оцінювання курсу

За повністю виконані завдання студент може отримати визначену кількість балів:

Інструменти і завдання	Кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Присутність на заняттях та засвоєння лекційного матеріалу за темами	60	20
Присутність на заняттях (у період настановної сесії) та своєчасне виконання самостійних практичних завдань у межах тем	-	30
Індивідуальна робота	20	30
Залік (тест)	20	20
Разом	100	100

Шкала оцінювання студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу

Плагіат та академічна доброчесність:

Дотримання академічної доброчесності за курсом ґрунтується на внутрішньо-університетській системі запобігання та виявлення академічного плагіату. До основних вимог за курсом віднесено - посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Перевірка текстів на унікальність здійснюється однаковими для всіх здобувачів засобами: – за допомогою програмного забезпечення Unichack і засобів системи MOODLE; за Internet-джерелами – за допомогою програми Antiplagiarism.net.

Завдання і заняття:

Очікується, що всі здобувачі вищої освіти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку здобувачі зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Здобувач вищої освіти має право на оскарження результатів оцінювання.

Поведінка в аудиторії:

Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.

На аудиторні заняття слухачі мають з'являтися вчасно відповідно до діючого розкладу занять, яке міститься на сайті університету. Під час занять усі його учасники мають дотримуватися вимог техніки безпеки.