

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Кафедра «Бізнес-консалтингу та міжнародного туризму»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. зав. кафедри, к.е.н., доцент

_____Сергій КАРМАН

«_____» _____2020р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр»
зі спеціальності 242 «Туризм»
факультет економіки та бізнесу

2020 – 2021 н.р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 242«Туризм». – Мелітополь, ТДАТУ ім. Д. Моторного - 11 с.

Розробник: к.е.н., доцент Краснодєд Т.Л.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри бізнес-консалтингу та міжнародного туризму

Протокол № ___ від «__» _____ 2020 року

В.о. зав. кафедри бізнес-консалтингу та міжнародного туризму

к.е.н, доцент _____ Сергій КАРМАН

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 242«Туризм» ступеня вищої освіти «Бакалавр»

Протокол № _____ від «_____» _____ 2020 року

Голова, доц. _____ Анна КОСТЯКОВА

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів 6	Галузь знань: <u>24 «Сфера обслуговування»</u> <small>(шифр і назва)</small>	Обов'язкова	
Загальна кількість годин – 180	Спеціальність: <u>242 «Туризм»</u>	Курс	Семестр
Змістових модулів – 2		3	5
Тижневе навантаження: Аудиторних занять – 6 год. Самостійної роботи студента – 8 год.	Ступінь вищої освіти: <u>«Бакалавр»</u>	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	22 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	44 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	114 год.
		Форма контролю: екзамен	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ 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 та турагентських фірм, їх здатність створювати привабливий туристичний продукт та вміння успішно просувати його на ринку туристичних послуг. Тому навчальна дисципліна «Туроперейтинг» охоплює технологію створення та просування туристського продукту, організацію господарської діяльності туроператорів і турагентів, їх взаємодію та співпрацю із закладами розміщення та харчування, а також технологію проектування рекреаційного комплексу. Організацією відпочинку займаються туроператорські та турагентські фірми, основне завдання яких виявити потреби потенційних туристів, підібрати їм відповідні пропозиції, забезпечити документальне оформлення турів та повну інформаційну підтримку. Для успішного виконання цих завдань фахівці з туризму повинні мати певні фахові та особистісні компетентності, формування яких передбачено під час засвоєння курсу. Навчальна дисципліна «Туроперейтинг» є нормативною навчальною дисципліною, яка вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього рівня «Бакалавр» спеціальності 242 «Туризм» для всіх форм навчання.

Метою вивчення дисципліни "Туроперейтинг" є формування системи теоретичних знань та прикладних вмінь і навичок щодо методологічного апарату технології туроперейтингу для вирішення конкретних економічних завдань, що виникають у сфері туристської індустрії при розробці або просуванні нового турпродукту, заснуванні власного туристичного бізнесу, управлінні туристичними підприємствами або використанні послуг, що вони надають.

Об'єктом вивчення дисципліни "Туроперейтинг" є форми та закономірності розвитку підприємств туристичної індустрії.

Предметом вивчення дисципліни є організація та технологія діяльності туроператорів, турагентів та їх об'єднань.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- теоретичні основи і головні поняття туроперейтингу;
- засади турагентського бізнесу та структуру туристського ринку;
- особливості формування збутової мережі туроператорів;
- специфіку і склад туристської індустрії;
- особливості організації взаємодії між туроператором і турагентом;
- механізм планування, проектування і просування турпродукту як основних видів діяльності туроператора;
- принципи, умови ефективності та правила розробки програм туристичного обслуговування тощо.

Студенти повинні вміти:

- використовувати теоретичні основи туроперейтингу при дослідженні головних тенденцій в туристичній індустрії;
- досліджувати туристський попит та пропозицію на туристичному ринку різних рівней;
- аналізувати головні фактори, які формують кон'юнктуру туристського ринку;

- аналізувати сучасні тенденції турагентського бізнесу в Україні;
- аналізувати процеси транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туropolерейтингу тощо.

Під час вивчення дисципліни студенти мають набути наступних професійних компетенцій:

- вміння вивчати потенційних споживачів, виявляти потребу в конкретних видах туристських послуг, що пропонуються відповідним світовим ринком та класифікувати їх;
- готовність орієнтуватися у світовій туристичній індустрії, розрізняти специфіку туристських послуг в залежності від їх географії;
- здатність сегментувати туристичний ринок та швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури на ринках транспортних перевезень, розміщення і харчування та розваг;
- вміння планувати, проектувати та просувати турпродукт, організовувати туристичні подорожі, програми перебування і обслуговування туристів;
- прагнення до самореалізації, високої мобільності та професійного розвитку в галузі міжнародного туropolерейтингу;
- вміння розробити стратегію розвитку підприємства туристичної галузі в Україні, орієнтуючись на тенденції сучасного туристського ринку та потреби споживачів.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ В УКРАЇНІ

Тема 1. Основи туropolерейтингу

- 1.1. Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни
- 1.2. Етапи розвитку туropolерейтингу
- 1.3. Класифікація, види, функції та профіль діяльності туropolераторів
- 1.4. Туристичний ринок

Література: [1, 2, 4, 6, 10, 18]

Тема 2. Туropolерейтинг та агентський бізнес в Україні

- 2.1. Організація туropolераторського та турагентського бізнесу
- 2.2. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту
- 2.3. Тлумачення терміну «аквізитор», джерела аквізиції туристів

Література: [1, 2, 11, 17]

Тема 3. Формування збутової мережі туropolератора

- 3.1. Канали реалізації туристичного продукту
- 3.2. Збутова мережа туropolератора: форми, види, функції
- 3.3. Нетрадиційні форми продажу

Література: [1-3, 11, 15, 16]

Тема 4. Організація взаємодії між туropolератором і турагентом

- 4.1. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туropolератором

4.2.Характер контрактних стосунків між туроператором і тур агентством

4.3.Агентська мережа і основні умови агентських угод. Завдання турагента при обслуговуванні туристів

Література: [1, 2, 11-13, 17]

Тема 5. Вивчення потенційних споживачів, їх мотивів і цілей відпочинку

5.1.Конртагентська мережа. Характеристика асортименту послуг туроператора

5.2.Мотивація подорожей та формування пакетів послуг

5.3.Співвідношення головної і вторинних цілей відпочинку. Бар'єри до подорожі

Література: [1,2, 11- 13,16]

Змістовий модуль 2. ФОРМУВАННЯ ТУРПРОДУКТУ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тема 6. Планування і проектування турпродукту як основні види діяльності туроператора

6.1.Планування майбутнього турпродукту

6.2.Замовлений та інклюзив-тур. Пакет послуг

6.3.Технології проектування туристичного продукту

Література: [1,2, 5, 13, 17, 20]

Тема 7. Участь у виставкових заходах як основа просування турпродукту

7.1.Різновиди виставкової діяльності

7.2.Характеристика етапів підготовки до виставки та їх специфіка

7.3.Організація участі фірми у виставці. Основні правила виставкової роботи

Література: [1 ,2, 11, 15-17]

Тема 8. Програма туристичного обслуговування

8.1.Визначення програмного туризму. Характеристика термінів «програма обслуговування», «програма перебування»

8.2.Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна та ін.

8.3.Розробка туру та калькулювання його вартості

Література: [1,2, 7, 8]

Тема 9. Принципи, умови ефективності та правила розробки програм перебування туристів

9.1. Принципи, види програмних заходів та їх характеристика. Стратегії, класи і програма обслуговування

9.2. Основні складові менеджменту обслуговування туристів. Гостинність

9.3. Правила розробки програм перебування туристів. Оформлення технологічних документів

9.4.Споживчі властивості туру

Література: [1,2, 8, 9, 17]

Тема 10. Організація туристичних подорожей туроператором

10.1. Підписання договорів з готельним, харчовим, автотранспортним підприємствами

10.2. Підписання договорів з авіакомпанією, залізницею, екскурсійною фірмою, музеєм

10.3. Зарубіжні представники туроператорів: функції і організація роботи

10.4. Якість обслуговування, її критерії, організація контролю

Література: [1,2, 7, 8, 13,17, 20]

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				балів
			годин				
			лк.	лаб.	пр.	СРС	
Змістовий модуль 1. ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ В УКРАЇНІ							
1	Лекція 1	Тема 1. Основи туроперейтингу	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 1	ПЗ 1. Основи туроперейтингу	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 1. Основи туроперейтингу	-	-	-	10	2
2	Лекція 2	Тема 2. Туроперейтинг та агентський бізнес в Україні	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 2	ПЗ 2. Туроперейтинг та агентський бізнес в Україні	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 2. Туроперейтинг та агентський бізнес в Україні	-	-	-	10	2
3	Лекція 3	Тема 3. Формування збутової мережі туроператора	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 3	ПЗ 3. Формування збутової мережі туроператора	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 3. Формування збутової мережі туроператора	-	-	-	10	2
4	Лекція 4	Тема 4. Організація взаємодії між туроператором і турагентом	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 4	ПЗ 4. Організація взаємодії між туроператором і турагентом	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 4. Організація взаємодії між туроператором і турагентом	-	-	-	10	2
5,6	Лекція 5	Тема 5. Вивчення потенційних споживачів, їх мотивів і цілей відпочинку	4	-	-	-	-
	Практичне заняття 5	ПЗ 5. Вивчення потенційних споживачів, їх мотивів і цілей відпочинку	-	-	8	-	3
	Самостійна робота	Тема 5. Вивчення потенційних споживачів, їх мотивів і цілей відпочинку	-	-	-	7	2
7, 8	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I	-	-	-	7	-
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовим модулем I	-	-	-	-	10

Всього за змістовий модуль 1 – 90 год.			12	-	24	54	35
Змістовий модуль 2. ФОРМУВАННЯ ТУРПРОДУКТУ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ							
9	Лекція 6	Тема 6. Планування і проектування турпродукту як основні види діяльності туроператора	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 6	ПЗ 6. Планування і проектування турпродукту як основні види діяльності туроператора	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 6. Планування і проектування турпродукту як основні види діяльності туроператора	-	-	-	10	2
10	Лекція 7	Тема 7. Участь у виставкових заходах як основа просування турпродукту	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 7	ПЗ 7. Участь у виставкових заходах як основа просування турпродукту	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 7. Участь у виставкових заходах як основа просування турпродукту	-	-	-	10	2
11	Лекція 8	Тема 8. Програма туристичного обслуговування	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 8	ПЗ 8. Програма туристичного обслуговування	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 8. Програма туристичного обслуговування	-	-	-	10	2
12	Лекція 9	Тема 9. Принципи, умови ефективності та правила розробки програм перебування туристів	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 9	ПЗ 9. Принципи, умови ефективності та правила розробки програм перебування туристів	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 9. Принципи, умови ефективності та правила розробки програм перебування туристів	-	-	-	10	2
13	Лекція 10	Тема 10. Організація туристичних подорожей туроператором	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 10	ПЗ 10. Організація туристичних подорожей туроператором	-	-	4	-	3
	Самостійна робота	Тема 10. Організація туристичних подорожей туроператором	-	-	-	10	2
14, 15	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I	-	-	-	10	-
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовим модулем I	-	-	-	-	10
Всього за змістовий модуль 2 – 90 год.			10	-	20	60	35
Екзамен							30
Всього з навчальної дисципліни – 180 год.							100

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

1. Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни
2. Етапи розвитку туроперейтингу
3. Класифікація, види, функції та профіль діяльності туроператорів
4. Туристичний ринок
5. Організація туроператорського та турагентського бізнесу
6. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту
7. Тлумачення терміну «аквізитор», джерела аквізиції туристів
8. Канали реалізації туристичного продукту
9. Збутова мережа туроператора: форми, види, функції
10. Нетрадиційні форми продажу
11. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором
12. Характер контрактних стосунків між туроператором і тур агентством
13. Агентська мережа і основні умови агентських угод. Завдання турагента при обслуговуванні туристів
14. Конртагентська мережа. Характеристика асортименту послуг туроператора
15. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг
16. Співвідношення головної і вторинних цілей відпочинку. Бар'єри до подорожі

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

1. Планування майбутнього турпродукту
2. Замовлений та інклюзив-тур. Пакет послуг
3. Технології проектування туристичного продукту
4. Різновиди виставкової діяльності
5. Характеристика етапів підготовки до виставки та їх специфіка
6. Організація участі фірми у виставці. Основні правила виставкової роботи
7. Визначення програмного туризму. Характеристика термінів «програма обслуговування», «програма перебування»
8. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна та ін.
9. Розробка туру та калькулювання його вартості
10. Принципи, види програмних заходів та їх характеристика. Стратегії, класи і програма обслуговування
11. Основні складові менеджменту обслуговування туристів. Гостинність
12. Правила розробки програм перебування туристів. Оформлення технологічних документів
13. Споживчі властивості туру
14. Підписання договорів з готельним, харчовим, автотранспортним підприємствами
15. Підписання договорів з авіакомпанією, залізницею, екскурсійною фірмою, музеєм

16. Зарубіжні представники туроператорів: функції і організація роботи
 17. Якість обслуговування, її критерії, організація контролю

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Література

Основна:

1. Баєв В. В. Основи туроперейтингу: навч. посіб. / В. В. Баєв. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. — 156 с.
2. Бриль К. Г. Опорний конспект лекцій з курсу «Туроперейтинг» для студентів всіх форм навчання напряму підготовки 242 «Туризм» - Чернігів: ЧНТУ, 2017 – 249 с.
3. Виноградова Т. В. Технология продаж услуг туристской индустрии: учебник для вузов по специальности "Туризм"/ Т. В. Виноградова, Н. Д. Загорин, Р. Ю. Тубелис; Балт. акад. туризма и предпринимательства. - М., 2010. - 238с.
4. Гуляев В. Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник / В. Г. Гуляев. - Москва: Советский спорт, 2008. - 280 с.
5. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
6. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учеб. для вузов турист. профиля / Е. Н. Ильина ; Рос. междунар. акад. туризма. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 241 с.
7. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник/ Е. Н. Ильина. - Москва: Финансы и статистика, 2008. -176 с.
8. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания : учебник/ Е. Н. Ильина. -Москва: Финансы и статистика, 2008. - 160 с.
9. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту. Підручник. – К: Кондор, 2009. – 394 с.
10. Квартальнов В.А. Туризм. Підручник. – М: Фінанси і статистика, 2002. – 320с.
11. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: Підручник. / В. К. Кіптенко. – К : Знання, 2010. – 502с.
12. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф.Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300с.
13. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
14. Моисеева Н. К. Маркетинг и турбизнес: учебник/ Н. К. Моисеева. -Москва: Советский спорт, 2009. - 496 с.
15. Назаркина В. А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / В. А. Назаркина [и др.]; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2009. - 82 с.: табл.
16. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підручник / Ю.М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.

- 17.Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 400 с.
- 18.Федорченко В.К. Туристичний словник-довідник: Навчальний посібник / В.К.Федорченко, І.М.Мініч. – К.: Дніпро, 2000. – 160 с.
19. Черевичко Т. В. Экономика туризма: учеб. пособие / Т. В. Черевичко. — М.: Дашков и К°, 2010. — 263 с.
- 20.Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці, 2003. – 596с.

Додаткова:

Нормативно-правове забезпечення в галузі туристичної діяльності, періодичні видання, матеріали науково-практичних конференцій, монографії, статистичні довідники та ін.

7. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <http://nip.tsatu.edu.ua>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Методичний кабінет кафедри БКМТ
4. Сайт кафедри БКМТ <http://feb.tsatu.edu.ua/department/department-of-economics/>
5. Джерела Інтернет