

Силабус курсу

«Туроперейтинг»

Освітній ступінь: бакалавр

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 242 Туризм

Освітньо-професійна програма: «Туризм»

Кількість кредитів: 3

Рік підготовки: 4-й, II семестр

Компонент освітньої програми:

обов'язковий

Мова викладання: українська



Керівник курсу

проф. кафедри туризму, д.е.н. Папп Василь Васильович

Контактна інформація – vasy1.papp@uzhnu.edu.ua

Опис дисципліни

Навчальна дисципліна "Туроперейтинг" спрямована на формування ерудованої, різнобічно розвинутої особистості, здатної використовувати весь спектр набутих компетентностей для досягнення успіху в конкурентному середовищі. Набуті в процесі вивчення дисципліни компетентності підвищують конкурентоспроможність молодих фахівців на ринку праці.

Програма навчальної дисципліни "Туроперейтинг" відображає комплексний підхід 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..

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

- формування пакетних та індивідуальних програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації;
- формування взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку, нормативно-правове забезпечення співпраці;
- моделювання програм туристичного обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтів, наявних туристичних атракцій;
- визначення мотивації подорожей та удосконалення процесів надання туристичних послуг в пакетних турах тощо.

Програмні результати навчання:

Знати:

- сутність категорій «туроперейтинг», «туристичний продукт», «туристичний пакет», «туристична організація», «туристична індустрія»;
- основні технологічні процеси туристської діяльності: виробництво, реалізація, споживання туристських послуг;
- особливості страхування в туризмі;
- технології оформлення, ведення обліку та зберігання туристичної документації;
- визначення прав і обов'язків туристів, умов забезпечення й виконання претензійної роботи в туризмі, параметрів створення турпродукту підприємства, форм активізації

- туристичної активності;
- умови бронювання туристичного обслуговування;
- організації обліку і контролю надання послуг, оформлення туристичної звітності;
- забезпечення безпеки туристичних подорожей;
- характерні риси автоматизації процесів туристичної діяльності.

Вміти:

- застосовувати аналітичні моделі програм туристичного обслуговування;
- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;
- розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії;
- оформляти туристичні документи, виконання туристичних формальностей;
- набуття професійних знань щодо технології та організації туристичних подорожей.

Предметом курсу виступають основні технологічні процеси туристської діяльності: виробництво, реалізація, споживання туристських послуг.

Навчальний контент

Змістовний модуль 1.

Технологія туроперейтингу та турпроекування

Тема 1. Підприємство туристичної індустрії як об'єкт управління

Поняття туризму та історичні аспекти його розвитку. Класифікація підприємств туристичної індустрії. Особливості, принципи та функції менеджменту в туристичному бізнесі.

Тема 2. Основи туроперейтингу

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни. Етапи розвитку туроперейтингу. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора. Предмет діяльності туроператора. Профіль роботи туроператора. Схема організації роботи туроператора з розробки і реалізації туристського продукту. Класифікація та види туроператорів. Організація турів для внутрішнього туризму. Функції туроператорів та турагентів. Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Геопросторова організація світового туристичного ринку. Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.

Тема 3. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі

Організація туристичного бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туроператорської діяльності. Регуляторні вимоги щодо організації туристичного бізнесу. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту. Типова організаційна структура туроператора. Класифікація турагентів. Види ринкових каналів просування туристичного продукту. Формування збутової мережі туроператорів. Канали просування і реалізації турпродукту. Форми організації збуту туристського продукту. Роль турагентств в організації туризму. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

Тема 4. Технологія створення туристичного продукту

Зміст робіт з турпроекування. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора. Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей. Схеми роботи туроператора по реалізації та організації турів. Позичування турів та туроператорів на конкурентному ринку. Стадії планування

туристського пакету. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми. Програма туристичного обслуговування. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів. Основні етапи розробки туристичного продукту. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Розроблення туру та калькулювання його вартості. Бонусні програми туроператорів.

Тема 5. Технологія формування асортименту туру

Графоаналітичні моделі програм туристичного обслуговування. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей. Визначення портрету споживача й потреб туристів. Стадії планування туристського пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Послідовність робіт з вибору постачальників послуг (контрагентів).

Змістовий модуль 2

Прикладний туроперейтинг

Тема 6. Рецептний туроперейтинг

Поняття та зміст рецептного туроперейтингу. Ресурси рецептного туроперейтингу. Туристичні ресурси рецептного туроперейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептного туроперейтингу. Види туризму рецептного туроперейтингу. Диференціація пропозицій рецептних туроператорів. Позичування турів і туроператорів на ринку. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Форми співпраці рецептних туроператорів з продуцентами туристичних послуг. Формування каталогу пропозицій рецептного туроператора. Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептних туроператорів. Бонусні програми національних туроператорів.

Тема 7. Ініціативний туроперейтинг

Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Етапи дослідження: загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, рівень 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. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора. Розподіл обов'язків між службами та підрозділами туроператора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг. Брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туроператора.

Тема 8. Консолідований туроперейтинг

Світовий ринок туроператорів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг. Умови роботи та організації консолідованого туристичного бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг туроператора. Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування туроператора. Формування плану туру. Бронювання місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць в підприємствах туриндустрії. Договірне забезпечення та форми співпраці туроператорів з турагентами.

Тема 9. Організація туристичних подорожей туроператором

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). Типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через мережу Internet. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору. Види та форми розрахунків за туристичне обслуговування. Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінювання якості послуг. Якісна характеристика пакетного туру та параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

Тема 10. Стратегічний менеджмент в туроператорській діяльності

Особливості стратегування на підприємствах туристичної сфери. Система стратегічного менеджменту туристичного підприємства. Стратегічний план туристичного підприємства: характерні ознаки, особливості. Корпоративна культура: взаємозв'язок її складових та їх вплив на стратегічний розвиток туристичного підприємства. CRM-система як дієвий інструмент стратегічного менеджменту туристичного підприємства.

Формування програмних компетентностей

Загальні компетентності (ЗК)

- ЗК 04.** Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу
- ЗК 06.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 07.** Здатність працювати в міжнародному контексті.
- ЗК 08.** Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

- СК 3.** Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.
- СК 5.** Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.
- СК 9.** Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах.
- СК 12.** Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.

Програмні результати навчання

- ПРН 5.** Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.
- ПРН 6.** Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів
- ПРН 9.** Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.
- ПРН 11.** Володіти державною та іноземною (іноземними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.
- ПРН 14.** Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.
- ПРН 21.** Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

Літературні джерела

Основна література

1. Закон України «Про туризм» (в редакції від 2003 р.). Режим доступу: zakon.rada.gov.ua
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: *навч. посіб.* Чернівці: Книги - XXI, 2003. 300 с.
3. Кифяк В. Ф. Організація туризму: *навч. посібник*. Реком. МОНУ для студ. ВНЗ. Чернівці : Книги-XXI, 2011. 344 с.
4. Любіцева О.О. Методика розробки турів: *навч. посіб.* К.: Альтерпрес, 2003. 104 с
5. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: *підручник*. К.: Знання, 2008 р. 661 с.
6. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: *навч. посібник*. К.: ЦУЛ, 2012. 248 с.
7. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: *підручник*. Затверджено МОНУ для студ. ВНЗ. 2-ге видання, перероб. та допов. К.: ЦУЛ, 2012. 368 с.
8. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: *навч. посібник*. К.: КНТЕУ, 2003. 156 с.
9. Михайліченко Г.І., Єроменко А.Ю. Організація туристичних подорожей: *навч. посіб.* К.: Київ. нац. торг. екон. Ун-т, 2011. 392 с.
10. Пангелов Б.П. Організація і проведення туристсько-красознавчих подорожей: *навч. посібник для студ. ВНЗ*. К: Академвидав, 2010. 248 с.

Додаткова література

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: *монографія*. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 494 с.
2. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: *підручник* / під ред. В.К. Федорченко. К: Х-Інтер, 2002 р. 635 с.
3. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: *підручник*. К.: Грамота, 2006. 264 с
4. Фастовець, О.О. Організація транспортних подорожей та перевезень туристів: *навч. посібник*. К: ФПУ, 2007. 233 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
2. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. Режим доступу: www.tourism.gov.ua.
3. Туристичний портал. Режим доступу: <http://www.tour.com.ua>.
4. World Economic Forum. Режим доступу: www.weforum.org.
5. World Tourism. Режим доступу: www.world-tourism.org.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.

Оцінювання

Види оцінювання	% від підсумкової оцінки
Модуль 1 (теми 1-5) усне опитування, тести, завдання	50
Модуль 2 (теми 6-10) усне опитування, тести, завдання	50
Підсумковий контроль (теми 1-10) – тести, завдання (складається здобувачем у разі отримання оцінки FX)	100

Оцінка на екзамені за національною шкалою та оцінка за шкалою ЄКТС виставляється на підставі семестрового рейтингового бала здобувача таким чином:

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	відмінно	зараховано
82 - 89	B	добре	
75 - 81	C		
64 - 74	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