МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Чернігівський НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туризму

**Методичні вказівки**

**до практичних і самостійних занять**

**з дисципліни**

***“*ТУРОПЕРЕЙТИНГ*”***

для студентів всіх форм навчання

галузі знань *1401 «Сфера обслуговування»*

напряму підготовки *6.140103 «Туризм»*

 (шифр і назва напряму підготовки)

факультет *Життєдіяльності, природокористування і*

*туризму*

 (назва факультету)

|  |  |
| --- | --- |
| Всі цитати, цифровий та фактичний матеріал, бібліографічні відомості перевірені, запис одиниць відповідає стандартам, орфографічні помилки виправленіБриль Кирило Григорович | Обговорено і рекомендованона засіданні кафедри туризмуПротокол № 2від 31 серпня 2015 р. |
|  |  |

**ЧЕРНІГІВ 2015**

УДК 379.851:004.928

ББК 75.81

Б 87

**Бриль Кирило Григорович**

**Б 87** Методичні вказівки до практичних і самостійних занять з курсу «Туроперейтинг» для студентів галузі знань 1401 «Сфера обслуговування», напрям підготовки 6.140103 «Туризм» - Чернігів: ЧНТУ, 2015 – с.

**УДК 379.851:004.928**

**ББК 75.81**

**© Бриль К. Г. 2015**

**Зміст**

1.Мета та завдання навчальної дисципліни 4

2.Програма навчальної дисципліни 5

3.Структура навчальної дисципліни 8

4.Теми лекційних занять 9

5.Теми практичних занять та семінарів 10

6.Завдання для самостійної підготовки 14

7.Поточний модульний контроль з

дисципліни «Туроперейтинг» 16

8.Модульна оцінка знань 18

9.Список рекомендованої літератури 20

**1.Мета та завдання навчальної дисципліни**

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Туроперейтинг» є ознайомлення студентів з основними поняттями та дефініціями туризму, створення базису для вивчення інших дисциплін.

1.2.Основними завданнями вивчення дисципліни «Туроперейтинг» є:

1. Ознайомлення з науковими засадами формування турів.
2. Вивчення особливостей співпраці з надавачами послуг на маршруті.
3. Вивчення особливостей роботи туристичних підприємств.
4. Практичне засвоєння процесу створення туристичного продукту.
5. Вивчення основ побудови туристичних маршрутів.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

***знати :***

1. основні види туризму, турів, типів туристів та класів туристичного обслуго­вування;
2. основи організації туру, адміністративно-управ­лінського механізму регулювання обслуговування туристів на маршруті;
3. правове регулювання туристичної політики України;
4. особливості формування турів в різних туристичних регіонах;
5. структуру та складові туристичного маршруту;
6. механізм державного регулювання туризму.

***вміти:***

1.застосовувати складові механізму формування туру з максималь­ним результатом;

2.аналізувати нові форми та методи обслуговування в туризмі при формуванні тривалих міждержавних та внутрішніх турів;

3.розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії;

4.формувати концепцію створення та забезпечення роботи туроператорів і турагентів.

**2.Програма навчальної дисципліни**

***Модуль 1. Теоретичні основи, базові поняття і визначення туроперейтинга.***

**Тема 1. Основні поняття і визначення.**

Туристична послуга як складова туристичного продукту. Склад туристичного пакету. Поняття про туристичний продукт, тур та їх види.

Туроператори як виробники туристського продукту. Напрямки діяльності туроператора. Виникнення туроперейтингового бізнесу. Основні відмінності між туроператором і турагентом. Класифікація туроператорів за видами і змістом діяльності. Функції туроператора. Розділ туроператорів на ініціативних і рецептивних. Основні споживчі властивості туристського продукту: обгрунтованість, ефективність, простота в експлуатації, гнучкість, корисність.

**Тема 2. Процедури і етапи створення туристичного підприємства.**

Процедура створення туристичного підприємства. Основні етапи створення туристичного підприємства: вибір організаційно-правової форми, розробка проектів установчих документів у відповідності з обраною організаційно-правовою формою, проведення установчих зборів, правова реєстрація підприємства, відкриття розрахункових рахунків у банківській установі. Протокол намірів, види засновницьких документів, установчий договір, статут.

 Проблеми початкового етапу діяльності. Вибір географії бізнесу. Дослідження ринку туристичних послуг і вибір сегменту туристичного бізнесу, обґрунтування конкурентоспроможності власного турпродукту. Етапи діяльності туристичного підприємства: планування виробництва туристичних послуг і контроль за якістю туристичного продукту, визначення технології реалізації туристичного продукту, способи стимулювання продажів, підбір та управління персоналом туристичного підприємства.

**Тема 3. Ліцензування туристичної діяльності.**

Види туристичної діяльності, які підлягають ліцензуванню: організація іноземного туризму; організація внутрішнього туризму; організація зарубіжного туризму; екскурсійна діяльність. Порядок та перелік документів для одержання ліцензії.

Підстави для переоформлення ліцензції. Контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов Планові перевірки дотримання суб'єктами господарювання ліцензійних умов проводяться не частіше одного разу в рік.

Анулювання ліцензії. Рішення про анулювання ліцензії.

**Тема 4. Проектування туру і програми обслуговування**

Комплексне обслуговування. Пакет послуг (турпакет) і варіанти роботи з туристами: реалізація замовлених турів; реалізація инклюзив-турів. Їх переваги та недоліки.

Організація замовлених індивідуальних поїздок. Чинники, що впливають на організацію турпакета. Ціна турпакета.

Проектування туру. Документація, що відбиває вимоги до будь-якого виду обслуговування туристів. Проектування процесу обслуговування туристів. Результатом проектування туру: технологічні карти туристської подорожі; графік завантаження підприємства - постачальника послуг; інформаційний листок до туристської путівки; програма обслуговування туристів.

Загальні вимоги до туристської послуги, обов'язкові і рекомендовані.

Класи і рівень обслуговування, які застосовуються для позначення якості послуг. Поняття про програму обслуговування, підходи при її складанні. Оптимальна програма обслуговування.

**Тема 5. Переговори з надавачами послуг та договірний план**

Постачальники послуг, особливості співпраці з ними. Планування туру. Договірний план. Підготовча робота. Переговори з постачальниками послуг. Обставини переговорів. Шляхи реалізації можливих рішень. Портрет вашого партнера по переговорах. Правила психологічного підходу до ведення переговорів.

**Тема 6. Укладення договорів з постачальниками послуг.**

Документи, що регулюють взаємовідносини туристського бізнесу з готельними підприємствами. Угоди, які визначають взаємовідносини з готельними підприємствами: договор про квоту місць з гарантією заповнення 30-80%. Договор про квоту місць без гарантії заповнення. Договор про тверду закупівлю місць з повною оплатою. Договор про поточне бронювання. Умови договорів. Гарантії.

Договір з підприємством харчування. Договір з автотранспортним підприємством.

Агентська угода з авіакомпанією. Чартер (оренда літака) по трьох варіантах: жорсткий блок місць, м'який і комбінований.

Договір із залізницею. Спеціалізований туристичний потяг, технологія проведення подорожі. Класифікація стандартних залізничних турів. Договір на оренду спеціального туристсько-екскурсійного потягу.

Договір з екскурсійною фірмою. Договір з музеєм.

Договір між ініціативним і рецептивним туроператорами.

**Тема 7. Туристична документація.**

Нормативні акти, які регулюють процес обслуговування туристів на маршруті. Набір технологічної документації для туру: технологічна карта туристської подорожі по маршруту; графік завантаження туристського підприємства групами туристів на певний час; інформаційний листок до путівки туристської подорожі; бланки путівок; лист бронювання; бланки договорів з клієнтами – турагентами; договори з партнерами - постачальниками послуг; калькуляція або розрахунок вартості туру; опис маршруту; графік руху по маршруту; карта-схема маршруту; текст путьової інформації (для автобусних турів); опис технологічних особливостей туру; бланки заявок; тексти пам'яток для туристів; довідкові матеріали по маршруту.

**Тема 8.Врахування структури туристичного ринку в діяльності туроператора.**

Туристичний ринок як сфера прояву економічних стосунків. Основні функції туристичного ринку і його характеристики: місткість, рівень збалансованості попиту і пропозиції, умови реалізації туристського продукту.

Схема туристичного кругообігу.

Сегментація ринку туристичних послуг. Умови ефективного функціонування ринку туристичних послуг. Зовнішні (екзогенні) фактории. Внутрішні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Напрямкі розвитку ринку туристичних послуг на глобальному рівні. Джерела фінансування основних напрямів розвитку ринку туристичних послуг.

Особливості поведінки споживачів туристичних послуг, їх психолого-поведінські особливості. **Зміни** в **стереотипах поведінки туристів**

**Тема 9. Формування збутової мережі туроператора.**

Система просування туристського продукту Формування збутової мережі. Правило «семи Р».

Напрями формування каналів збуту: зовнішні канали (зарубіжні) і внутрішні канали реалізації туристського продукту: створення власних бюро продажів (торгові точки); створення посередницької турагентскої мережі; наявність зв'язку з великими організаціями і підприємствами; використання спеціалізованих магазинів; продаж турів поштою.

Основні виробничі функції бюро продажів туроператора.

Збутова мережа туроператора: форми, види, функції. Канали просування. Класифікація туристських фірм за характером операцій: роздрібні агентства, оптові туристські фірми. Нетрадицийні форми продажу.

**Тема 10. Підбір партнерів по збуту. Агентська угода.**

Критерії відбору партнерів по збуту: правоздатність; кредитоспроможність; дієздатність потенційного партнера (агентства). Чинники, що беруться до уваги при підборі турагентів: предметний напрям турів; об'єм прав і обов'язків; наявність певної території, групи підприємств; соціально-економічні і інші критерії груп потенційних туристів; різновид технології і методів продажів; вид взаєморозрахунків; досвід роботи і імідж у сфері туризму; наявність ліцензії на цей вид діяльності.

Методи організації взаємодії туроператорів з агентами

і побудови агентських мереж. Агентська угода та її основні умови: об'єм продажів, який переймає на себе агент; ціна туру; терміни і порядок розрахунків між туроператором і турагентом; розмір комісійної винагороди тур агента; порядок отримання комісії; форма і порядок оформлення заявок клієнтів і оплати куплених турів; пайова участь турагента і туроператора в рекламі турів, що продаються; порядок ануляції, зміни маршруту при відмові клієнта від раніше сплаченого туру, характер санкцій у разі несвоєчасної ануляції;

Необхідні умови угоди. Претензії, порядок їх оформлення і терміни пред'явлення.

**Тема 11. Використання реклами в роботі туроператора.**

Відмінні риси реклами в індустрії туризму, її мета, цілі. Складність реклами турпродукту, основні принципи реклами. Тактичні рішення по рекламі в туристичній фірмі: вибирання засобів реклами або рекламоносіїв; оплата рекламних оголошень і контроль за витратами; графік виходу рекламних звернень.

Вибір засобів реклами і рекламоносіїв. Аудиторія. Наклад. Охоплення. Частотність. Оплата рекламних оголошень і контроль за витратами. Графік публікацій.

Нерекламні методи просування. Стимулювання продажу і пропаганда туристичного продукту. Стимулювання споживачів (туристів). Засоби стимулювання. Стимулювання роздрібних турагентів. Пропаганда туризму.

Встановлення і підтримка зв'язків з пресою. Загальнофірмова комунікація. Лобізм. Консультування. Пропаганда(PR).

Вимоги, що пред'являються до інформації. Інформаційні поїздки

**Тема 12. Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристичного продукту.**

Зміст і особливості оформлення рекламно-інформаційних видань. Генеральні і службові каталоги. Варіанти цінової таблиці. Підбір ілюстративного матеріалу.

Розробка і розрахунок ціни оригінал-макета. Дизайн. Верстання. Кольоропроба. Папір. Види друку. Наклад видання. Виготовлення накладу.

Оформлення замовлення на виготовлення рекламного каталогу в друкарні. Основні вимоги до каталогу. Зручність користування і достовірність інформації. Умови н форма співпраці з турагентами. Поширення каталогів.

**Тема 13. Участь у виставках.**

**Різновиди виставкової діяльності. Класифікація виставкових заходів:** по цілях проведення (торгові і інформаційно-ознайомлювальні); частоті проведення(періодичні, щорічні, сезонні); характеру пропозиції експонатів (універсальні, галузеві, спеціалізовані); складу учасників (регіональні, міжрегіональні, національні, міжнародні).

Витрати і користь від участі у виставках на матриці прибутку на інвестований капітал для виставки.

Етапи роботи при виставковій діяльності: попередня підготовка; робота на виставковому стенді; післявиставкова робота.

Засоби створення і оформлення композиції. Методи показу експозиції. Заходи для залучення відвідувачів до свого стенду. Основні правила виставкової роботи. Робота після виставки.

**Тема 14. Організація обслуговування туристів.**

Стратегії обслуговування, їх види і особливості. Основні складові менеджменту обслуговування туристів. Загальні рекомендації за технологією обслуговування туристів на турі: чітка відповідність послуг, що надаються, сплаченому набору; відповідність рекламованого рівня обслуговування що декларує при продажі туру; цільова адресна спрямованість турів за змістом; чітке і своєчасне надання послуг; оптимальність програми обслуговування; анімація обслуговування.

Програмний туризм як основа сучасного туроперейтинга і обслуговування туристів. Основні складові менеджменту обслуговування туристів. Оптимальність обслуговування. Психологічна підготовка до сприйняття програм. Принципи сучасного програмного обслуговування, які укладаються в поняття «гість-хазяїн».

 **Загальні рекомендації по технології обслуговування туристів на турі. Гостинність.**

**Тема 15. Зарубіжні представники туроператорів.**

Функції зарубіжних представників туроператора. Організація процесу роботи представників туроператора.

Завдання менеджера-супервайзера зарубіжного представництва туроператора: набір і навчання персоналу; управління роботою представництва; організація графіку роботи і вихідних днів представників; забезпечення уніформою і іншими необхідними реквізитами представників. Якість обслуговування, її критерії, організація контролю.

Два підходи до визначення якості роботи туроператора: агентський і споживчий. Вплив психологічних чинників на поняття «Якість обслуговування». Основні напрями в організації якості обслуговування туристів. Показники якості. Піраміда забезпечення якості. Стратегічний напрям роботи по забезпеченню системи якості туристського обслуговування.

**Тема 16. Діяльність туроператора по розробці святкових і розважальних турів.**

Проблеми підвищення привабливості туристичних програм. Проблема економічної ефективності туристичних центрів. Підходи до розуміння природи свята. Свято як основи організації туру. Фактори підвищення якості анімації в туристичних центрах. Рекомендації по організації святкових розважальних турів.

Економічне обґрунтування святкової анімаційної програми: прогнозування об'єму продажів продукту туристичного центру, кошториси прямих матеріальних витрат на реалізацію анімаційної програми, витрат по оплаті праці, накладних витрат, собівартості анімаційних послуг що надаються, собівартості туристичних послуг на одного гостя туристичного центру і на загальну кількість гостей по роках, комерційних і управлінських витрат при реалізації анімаційної програми, загального плану доходів і витрат, пов'язаних з реалізацією анімаційний програми на базі турцентру по роках і чистого приведеного ефекту програми.

**Тема 17. Підвищення ефективності роботи туристичних центрів через поєднання функцій туроператора.**

 Місце туроператорів у структурі туристичних центрів. Державне регулювання туристичних центрів. Мета формування туристичних кластерів. Територія відповідальності туристичного центру, його керівний орган, взаємодія з туроператором. Особливості координації роботи в туристичному центрі щодо розробки турпродукту. Умови внутрішнього середовища для розвитку туроперейтингу в турцентрах.

**3.Структура навчальної дисципліни**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назви змістових модулів і тем** | **Кількість годин для денної/заочної форми навчання** |
| **Всього** | **У тому числі** |
| **Лек.** | **Прак.** | **Лаб.** | **Сам.роб.** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| **3 курс** |
| **Змістовий модуль 1. Теоретичні основи, базові поняття і визначення туроперейтинга.** |
| 1 | Основні поняття і визначення. | 13 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 9 |  |
| 2 | Процедури і етапи створення туристичного підприємства. | 13 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 9 |  |
| 3 | Ліцензування туристичної діяльності. | 14 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 10 |  |
|   | **Разом за змістовим модулем 1** | **40** |  | **6** |  | **6** |  |  |  | **28** |  |
| **Змістовий модуль 2. Розробка туру, підготовка документації і перевірка маршруту для перевезення туристів.** |
| 4 | Проектування туру і програми обслуговування. | 13 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 9 |  |
| 5 | Переговори з надавачами послуг та договірний план. | 14 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 10 |  |
| 6 | Укладення договорів з постачальниками послуг. | 13 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 9 |  |
|   | **Разом за змістовим модулем 2** | **40** |  | **6** |  | **6** |  |  |  | **28** |  |
| **Змістовий модуль 3. Збутова мережа. Підбір партнерів. Реклама.** |
| 7 | Туристична документація. | 13 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 9 |  |
| 8 | Врахування структури туристичного ринку в діяльності туроператора. | 13 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 9 |  |
| 9 | Формування збутової мережі туроператора. | 14 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 10 |  |
|  | **Разом за змістовим модулем 3** | **40** |  | **6** |  | **6** |  |  |  | **28** |  |
|   | **Всього за 3 курс** | **120** |  | **18** |  | **18** |  |  |  | **84** |  |
| **4 курс** |
| **Змістовий модуль 4. Стратегії обслуговування туристів.** |
| 10 | Підбір партнерів по збуту. Агентська угода. | 11 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 7 |  |
| 11 | Використання реклами в роботі туроператора. | 11 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 7 |  |
| 12 | Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристичного продукту. | 11 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 7 |  |
| 13 | Участь у виставках. | 11 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 7 |  |
|   | **Разом за змістовим модулем 4** | **44** |  | **8** |  | **8** |  |  |  | **28** |  |
| **Змістовий модуль 5. Стратегії підвищення якості обслуговування туристів. Шляхи підвищення привабливості туристичного продукту.** |
| 14 | Організація обслуговування туристів. | 11 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 7 |  |
| 15 | Зарубіжні представники туроператорів. | 12 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 8 |  |
| 16 | Діяльність туроператора по розробці святкових і розважальних турів. | 11 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 7 |  |
| 17 | Підвищення ефективності роботи туристичних центрів через поєднання функцій туроператора. | 12 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 8 |  |
|   | **Разом за змістовим модулем 5** | **46** |  | **8** |  | **8** |  |  |  | **30** |  |
|  | **Всього за 4 курс** | **90** |  | **16** |  | **16** |  |  |  | **58** |  |

**4.Теми лекційних занять.**

***Модуль 1. Теоретичні основи, базові поняття і визначення туроперейтинга.***

**Лекція 1.** **Основні поняття і визначення.**

1.1.Поняття «туристичний продукт», «тур» та їх складові.

1.2.Туроператори, їх види і функції.

1.3.Особливості діяльності ініціативного і рецептивного туроператорів по створенню привабливого турпродукту.

**Лекція 2.** **Процедури і етапи створення**

**туристичного підприємства.**

2.1.Процедури створення туристичного підприємства.

2.2.Основні етапи створення турфірми.

2.3.Проблеми початкового етапу діяльності.

**Лекція 3.** **Ліцензування туристичної діяльності.**

3.1.Види туристичної діяльності, які підлягають ліцензуванню.

3.2.Підстави для переоформлення ліцензції.

3.3.Анулювання ліцензії.

***Модуль 2. Розробка туру, підготовка документації і перевірка маршруту для перевезення туристів.***

**Лекція 4.** **Проектування туру і програми обслуговування**.

4.1. Пакет послуг. Замовлений та інклюзив-тур.

4.2. Проектування туру.

4.3. Класи і програма обслуговування.

**Лекція 5.** **Переговори з надавачами послуг та договірний план**.

5.1.Постачальники послуг.

5.2.Планування туру. Договірний план.

5.3.Переговори з постачальниками послуг.

**Лекція 6.** **Укладення договорів з постачальниками послуг.**

6.1. Підписання договорів з готельним, харчовим, автотранспортним підприємствами.

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

6.3. Договір між ініціативним і рецептивним туроператорами.

***Модуль 3. Збутова мережа. Підбір партнерів. Реклама.***

**Лекція 7.** **Туристична документація.**

7.1.Нормативні акти і набір технологічної документації туру.

7.2.Технологічна карта, програма обслуговування графік завантаження, їх зміст і порядок розробки.

7.3.Туристична путівка, лист бронювання, договір з турагентом.

**Лекція 8.** **Врахування структури туристичного ринку в діяльності туроператора.**

8.1. Туристичний ринок як сфера прояву економічних стосунків.

8.2. Сегментація ринку туристичних послуг.

8.3. Особливості поведінки споживачів туристичних послуг.

**Лекція 9.** **Формування збутової мережі туроператора.**

9.1.Канали реалізації туристичного продукту.

9.2.Збутова мережа туроператора: форми, види, функції.

9.3.Нетрадицийні форми продажу.

***Модуль 4. Стратегії обслуговування туристів.***

**Лекція 10.** **Підбір партнерів по збуту. Агентська угода.**

10.1.Критерії відбору партнерів по збуту.

10.2.Методи організації взаємодії з агентами і побудови агентських мереж.

10.3.Претензії, порядок їх оформлення і терміни пред'явлення.

**Лекція 11.** **Використання реклами в роботі туроператора.**

11.1. Відмінні риси реклами в індустрії туризму.

11.2. Вибір засобів реклами і рекламоносіїв.

11.3.Нерекламні методи просування. Стимулювання продажу і пропаганда туристичного продукту.

**Лекція 12.** **Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристичного продукту.**

12.1.Зміст і особливості оформлення рекламно-інформаційних видань.

12.2.Розробка і розрахунок ціни оригінал-макета.

12.3.Оформлення замовлення на виготовлення рекламного каталогу в друкарні.

**Лекція 13.** **Участь у виставках.**

13.1.Різновиди виставкової діяльності.

13.2.Характеристика етапів підготовки до виставки та їх специфіка.

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

***Модуль 5. Стратегії підвищення якості обслуговування туристів. Шляхи підвищення привабливості туристичного продукту.***

**Лекція 14.** **Організація обслуговування туристів.**

14.1.Стратегії обслуговування, їх види і особливості.

14.2.Основні складові менеджменту обслуговування туристів.

14.3.Загальні рекомендації до технології обслуговування туристів на турі. Гостинність.

**Лекція 15.** **Зарубіжні представники туроператорів.**

15.1.Функції зарубіжних представників туроператора і організація роботи їх представників.

15.2.Завдання менеджера-супервайзера зарубіжного представництва туроператора.

15.3.Якість обслуговування, її критерії, організація контролю.

**Лекція 16.** **Діяльність туроператора по розробці святкових і розважальних турів.**

16.1.Проблеми підвищення привабливості туристичних програм.

16.2.Підходи до розуміння природи свята як основи організації туру.

16.3.Фактори підвищення якості анімації в туристичних центрах. Рекомендації по організації святкових розважальних турів.

**Лекція 17.** **Підвищення ефективності роботи туристичних центрів через поєднання функцій туроператора.**

17.1.Місце туроператорів у структурі туристичних центрів.

17.2.Особливості координації роботи в туристичному центрі щодо розробки турпродукту.

17.3.Умови внутрішнього середовища для розвитку туроперейтингу в турцентрах.

**5.Теми практичних занять та семінарів.**

**Заняття 1**

**Тема.** **Основні поняття і визначення.**

**Питання для обговорення:**

1. З чим пов'язано виникнення бізнесу туроперейтинга на туристському ринку?
2. Що таке туроператор?
3. Які основні відмінності між турагентом і туроператором?
4. Які типи туроперейтинга вам відомі?
5. Що таке ініціативний і рецептивний туроперейтинг?
6. Які основні функції туроперейтинга?

**Заняття 2**

**Тема.** **Процедури і етапи створення туристичного підприємства.**

**Питання для обговорення:**

1.З чого складається процедура створення туристичного підприємства?

2.Які основні етапи створення туристичного підприємства?

3.Для чого створюється протокол намірів?

4.Які види засновницьких документів Ви знаєте?

5.Який зміст установчого договору, статуту?

6.Проблеми початкового етапу діяльності.

7.Для чого робиться вибір географії бізнесу?

8.Розкрийте зміст основних етапів діяльності туристичного підприємства.

**Практичні завдання**

1. Візьміть для прикладу два яких-небудь туристських продукти (тури) українського рецептивного туроператора і проведіть оцінку їх споживчих властивостей. Зробіть висновки по кожному туру і порівняйте їх. Проаналізуйте, від чого залежать конкретні споживчі властивості кожного продукту.
2. Зробіть експертну оцінку оптимальності обслуговування туристів на досліджуваних турах. У якому випадку пропонується оптимальніша програма? Від яких чинників виробництва це залежить?
3. Розробіть план-програму забезпечення гостинності на кожному з досліджуваних турів.

**Заняття 3**

**Тема.** **Ліцензування туристичної діяльності.**

**Питання для обговорення:**

1. Які види туристичної діяльності підлягають ліцензуванню?
2. Якими нормативними документами регулюється порядок ліцензування?
3. Назовіть перелік документів для одержання ліцензії.
4. Які підстави для переоформлення ліцензції?
5. Контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов.
6. В яких випадках здійснюються планові перевірки дотримання суб'єктами господарювання ліцензійних умов?
7. Анулювання ліцензії. Рішення про анулювання ліцензії.

**Практичні завдання**

1. Проаналізувавши рекламні оголошення туроператорів
2. виділіть з них инклюзивные тури. Поясніть ваше рішення.
3. Складіть набір основних послуг якого-небудь інклюзив-тура, включивши додаткові послуги.

**Заняття 4**

**Тема.** **Проектування туру і програми обслуговування**.

**Питання для обговорення:**

1. Що таке проектування туру?
2. Якими законодавчими документами воно визначається?
3. Що таке вербальна модель туру, з чого вона складається?
4. Що містить документація, яка деталізує вимоги до процесу обслуговування туристів?
5. Назвіть етапи проектування послуги «туристська подорож» згідно ГОСТ Р 50681-94.
6. Що має бути включене в короткий опис послуги «туристська подорож» і в проект програми обслуговування туристів?

**Заняття 5**

**Тема.** **Переговори з надавачами послуг та договірний план**.

**Питання для обговорення:**

1. Хто такі постачальники послуг в туризмі?
2. Які особливості співпраці з ними?
3. У чому полягає прцес планування туру? Як здійснюється підготовча робота?
4. Що таке договірний план?
5. Як необхідно вести переговори з постачальниками послуг?
6. Від чого залежать обставини переговорів?
7. Шляхи реалізації можливих рішень.
8. Опишіть портрет вашого партнера по переговорах.
9. Правила психологічного підходу до ведення переговорів.

**Заняття 6**

**Тема.** **Укладення договорів з постачальниками послуг.**

**Питання для обговорення:**

**Контрольні питання**

1. Для чого потрібний договір з постачальниками послуг?
2. Якими нормативно-правовими документами національного рівня регулюються договірні стосунки в туризмі?
3. Якими правовими документами міжнародного рівня регулюються контрактні взаємовідносини в туризмі?
4. Назвіть основні положення договорів з постачальниками послуг і положення Типового договору.
5. Якими документами міжнародного і національного рівня регулюються взаємовідносини туроператорів з готельними підприємствами?
6. Назвіть види договорів з готельними підприємствами, їх склад і особливості.
7. Якими документами регламентуються взаємовідносини з автотранспортними підприємствами на оренду автобусів?
8. Якими нормативними актами України і міжнародними документами регламентуються авіаперевезення туристів і договірні взаємовідносини з авіакомпаніями?
9. Назвіть види договорів з авіакомпанією і їх специфіку.
10. Чим регламентуються залізничні перевезення туристів в Україні і на міжнародному рівні?
11. Що має бути відбите в договорі між рецептивним і ініціативним туроператорами при організації инклюзив-тура, замовленого туру?
12. Які види харчування можуть бути затверджені в договорі?
13. Які істотні умови оформлення угоди купівлі-продажу турів?
14. Які факультативні умови угоди і чи слід їх включати в договір?

**Практичні завдання**

1. Складіть проект договору з АТП, що надає автобуси для обслуговування туристів на турі «Автобусом по Україні».
2. Складіть проект договору з готелем в Києві, що надає розміщення туристів на турі «Фортеці України».
3. Складіть проект договору з рестораном «Брянськ», обслуговуючим ваших туристів живленням(основний пансіон) на турі «Народні промисли України», з вказівкою видів(замовлене, шведський стіл, комплексне обслуговування та ін.) і варіантів обслуговування.

**Заняття 7**

**Тема.** **Туристична документація.**

**Питання для обговорення:**

1.Для чого потрібна технологічна документація турів?

2.Назвіть повний список технологічних документів туру.

3.Який основний зміст договору з клієнтом і відповідно до якого нормативного акту він складається?

4.Назвіть зміст туристської путівки, її форму і ким вона затверджена.

5.Що таке технологічна карта туру, її склад і яким документом вона затверджена?

6.Яка обов'язкова і додаткова інформація включається в інформаційний листок до туристської путівки?

**Заняття 8**

**Тема.** **Врахування структури туристичного ринку в**

**діяльності туроператора.**

**Питання для обговорення:**

1. Дайте визначення туристичного ринку та його основних складових.
2. Хто такий турист і яке його місце в системі туристичного ринку?
3. Розкрийте зміст туристичного кругообігу.
4. Функції туристичного ринку.
5. Які характерні ознаки туристичного ринку Ви знаєте?
6. Розкажіть про особливості поведінки споживачів туристичних послуг.
7. Які види туризму Ви вважаєте найбільш перспективними в нашому регіоні?
8. Види підприємств - туроператорів та турагентів.

**Заняття 9**

**Тема.** **Формування збутової мережі туроператора.**

**Питання для обговорення:**

1.Назвіть основні канали реалізації туристського продукту.

2.Чим відрізняються внутрішні і зовнішні канали збуту?

3.Назвіть дві форми організації збуту туристського продукту.

4.Що є власними бюро продажів і які їх основні функції?

5.Охарактеризуйте контрагентську мережу і назвіть основні умови агентських угод.

6.Що таке канал просуванні? Види ринкових каналів просування туристського продукту туроператора.

9. Назвіть традиційні і нетрадиційні форми продажів туристського продукту.

**Заняття 10**

**Тема.** **Підбір партнерів по збуту. Агентська угода.**

**Питання для обговорення:**

1. Які основні моменти необхідно враховувати при підборі партнерів по збуту?
2. Що таке правоздатність фірми і які способи її підтвердження?
3. Що таке кредитоспроможність фірми і які способи її підтвердження?
4. Що таке дієздатність потенційного партнера (агентства) і які способи її оцінки?
5. Які чинники беруться до уваги туроператором при підборі турагентов?
6. Що таке агентська угода?
7. Яким нормативним актом РФ регламентується укладення агентських угод між туроператором і турагентом? Які правила і норми застосовуються до агентських угод туроператора і турагента?

 **Практичне завдання**

Складіть текст агентської угоди між київським туроператором і турагентством з якого-небудь іншого міста України, використовуючи рекомендації цієї теми.

**Заняття 11**

**Тема.** **Використання реклами в роботі туроператора.**

**Питання для обговорення:**

1. Що входить в систему просування продукту туроператора?
2. Назвіть відмінні риси реклами туризму.
3. Що таке реклама і які її цілі?
4. У чому полягає складність реклами турпродукта?
5. Які основні принципи реклами?
6. Що ви знаєте про нормативну основу рекламної діяльності?
7. Яка міра відповідальності туроператора за достовірність інформації, що міститься в його каталогах, рекламі і оголошеннях з продажу турів?

**Практичне завдання**

Розробіть макет рекламного оголошення для конкретного туристського продукту, враховуючи наступні питання:

1.На кого орієнтований туристський продукт?

2.Що ви хочете сказати про якість вашого продукту?

3.Якої форми має бути ваше оголошення? Відеоряд?

4.Які рекламоносители ви використовуватимете (ЗМІ, рекламні щити, кіоски, ТБ)?

5.Коли повинна вийти ваша реклама?

**Заняття 12**

**Тема.** **Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристичного продукту.**

**Питання для обговорення:**

1. Що таке каталог туроператора і в яких цілях він випускається?
2. Які рекомендації по заголовку каталогу?
3. Як треба підходити до перекладу тексту каталогу?
4. Які є види каталогів?
5. Назвіть принципи поширення каталогів туроператорів.
6. Які варіанти оформлення цінових таблиць?
7. Назвіть основні вимоги, що пред'являються до каталогу туроператора.
8. Чим характеризується міра інформованості каталогу?

**Заняття 13**

**Тема.** **Участь у виставках.**

**Питання для обговорення:**

1.Для чого туристській фірмі треба брати участь у виставках?

2.Які найбільші виставкові заходи вам відомі: у світі, в Україні?

3.Розкажіть про класифікацію виставкових заходів.

4.Назвіть етапи виставкової роботи.

5.Які контрольні моменти підготовки до виставки?

6.Як вибирається місце свого стенду на виставці?

7.Які організаційні питання планування виставкового заходу?

8.На підставі яких параметрів і за допомогою яких засобів планується експозиція стенду?

**Заняття 14**

**Тема.** **Організація обслуговування туристів.**

**Питання для обговорення:**

1. На що спрямований менеджмент обслуговування в туроперейтингу?
2. Назвіть три головні компоненти підприємництва у сфері обслуговування.
3. Що таке стратегія обслуговування?
4. Назвіть основні складові менеджменту обслуговування туристів, що забезпечують пріоритети в роботі туроператора.
5. Які загальні рекомендації за технологією обслуговування туристів на турі?
6. Що таке програмний туризм?
7. Яка основа усіх видів туристських програм?
8. На чому грунтується програмний підхід до обслуговування туристов7
9. Які необхідні складові туристського програмування?

**Заняття 15**

**Тема.** **Зарубіжні представники туроператорів.**

**Питання для обговорення:**

1. Що це за посада - зарубіжний представник туроператора? Які його завдання?
2. Які основні функції зарубіжних представників туроператора?
3. Які завдання менеджера-супервайзера зарубіжного представництва туроператора?
4. Для чого проводяться ознайомлювальні тури для турагентств і ініціативних туроператорів?
5. Що таке якість продукції, послуги?
6. Дайте визначення якості туристського обслуговування.
7. Якими параметрами характеризується турагентский підхід до визначення якості роботи туроператора?
8. Якими основними параметрами характеризується споживчий підхід до визначення якості роботи туроператора?
9. Які критерії визначення якості туру?

**Заняття 16**

**Тема.** **Діяльність туроператора по розробці святкових і**

**розважальних турів.**

**Питання для обговорення:**

1.У чому полягає проблема підвищення економічної ефективності туристичних центрів?

2.Розкрийте зміст поняття «економічна ефективність»? Якими показниками вона визначається?

3.Поясніть, чому використання святкових анімаційних програм підвищує привабливість туру?

4.Які існують підходи до природи свята?

5.Які свята найчастіше стають основою турів?

6.Розкрийте зміст факторів підвищення якості турів через анімаційні заходи.

7.Роскажіть про порядок організації святкових турів.

8.У який спосіб можна визначити економічну ефективність святкового туру?

**Заняття 17**

**Тема.** **Підвищення ефективності роботи туристичних центрів через поєднання функцій туроператора.**

**Питання для обговорення:**

 1.З чого складаються керівні органи туристичних центрів?

 2.Для чого потребне державне регулювання діяльності туристичних центрів?

 3.У чому полягають переваги кластерного принципу організації туристичних центрів?

 4.Яке місце туроператора в структурі туристичних центрів?

 5.За якою схемою здійснюється координація взаємодії туроператора з іншими учасниками туристичних центрів?

**6.Завдання для самостійної підготовки**

**Тема 1.** **Основні поняття і визначення.**

1. З чим пов'язано виникнення бізнесу туроперейтинга на туристському ринку?
2. Що таке туроператор?
3. Які основні відмінності між турагентом і туроператором?
4. Які типи туроперейтинга вам відомі?
5. Що таке ініціативний і рецептивний туроперейтинг?
6. Які основні функції туроперейтинга?

**Тема 2.** **Процедури і етапи створення туристичного підприємства.**

1.З чого складається процедура створення туристичного підприємства?

2.Які основні етапи створення туристичного підприємства?

3.Для чого створюється протокол намірів?

4.Які види засновницьких документів Ви знаєте?

5.Який зміст установчого договору, статуту?

6.Проблеми початкового етапу діяльності.

7.Для чого робиться вибір географії бізнесу?

8.Розкрийте зміст основних етапів діяльності туристичного підприємства.

**Практичні завдання**

1. Візьміть для прикладу два яких-небудь туристських продукти (тури) українського рецептивного туроператора і проведіть оцінку їх споживчих властивостей. Зробіть висновки по кожному туру і порівняйте їх. Проаналізуйте, від чого залежать конкретні споживчі властивості кожного продукту.
2. Зробіть експертну оцінку оптимальності обслуговування туристів на досліджуваних турах. У якому випадку пропонується оптимальніша програма? Від яких чинників виробництва це залежить?
3. Розробіть план-програму забезпечення гостинності на кожному з досліджуваних турів.

**Тема 3.** **Ліцензування туристичної діяльності.**

1. Які види туристичної діяльності підлягають ліцензуванню?
2. Якими нормативними документами регулюється порядок ліцензування?
3. Назовіть перелік документів для одержання ліцензії.
4. Які підстави для переоформлення ліцензції?
5. Контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов.
6. В яких випадках здійснюються планові перевірки дотримання суб'єктами господарювання ліцензійних умов?
7. Анулювання ліцензії. Рішення про анулювання ліцензії.

**Практичні завдання**

1. Проаналізувавши рекламні оголошення туроператорів
2. виділіть з них инклюзивные тури. Поясніть ваше рішення.
3. Складіть набір основних послуг якого-небудь інклюзив-тура, включивши додаткові послуги.

**Тема 4.** **Проектування туру і програми обслуговування**.

1. Як проектується тур і якими документами оформляється?
2. Які загальні вимоги до туристської послуги згідно ГОСТ Р 50690-94?
3. Які рекомендовані вимоги до туристської послуги згідно ГОСТ Р 50690-94? Охарактеризуйте їх.
4. Назвіть методи контролю якості обслуговування туристів.
5. Навіщо потрібний аналіз проекту послуги «туристська подорож»?
6. Хто затверджує документацію на спроектовані
7. послуги і процеси обслуговування. Чи можуть бути внесені в неї зміни"?

**Практичні завдання**

1.Складіть проект програми обслуговування туристів на автобусному турі по маршруту Київ - Вінниця - Львів.

2.Визначте:

* маршрут подорожі;
* перелік туристських підприємств - виконавців послуг
* період надання послуг кожним таким підприємством;
* перелік екскурсій і визначних об'єктів
* туристських походів і прогулянок;
* комплекс досуговых заходів, тривалість перебування в кожному пункті маршруту;
* кількість туристів, що беруть участь в подорожі;
* потреба в гідах, екскурсоводах;
* необхідна кількість транспортних засобів і вид транспорту для внутрішніх перевезень, форми і кількість рекламних, інформаційних
* матеріалів, а також листків до туристських путівок з
* описом подорожі.

**Тема 5.** **Переговори з надавачами послуг та договірний план**.

**Практичні завдання:**

1.Визначте постачальників послуг для організації гірськолижного і конгрессного турів. Мотивуйте свої розробки вимогами до обслуговування даних категорій туристів.

2. Ваша туристська фірма розробляє новий хобі-тур «Замки і фортеці України» на 6 дн. Програма обслуговування цього туру дана в завданні попередньої глави підручника. Термін дії туру - круглий рік.

Ваше завдання - скласти договірний план фірми по організації цього туру за наступною схемою:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Найменування угоди | Основний предмет угоди | Термін дії угоди | Терміни дії угоди | Особливі відомості |
|  |  |  |  |  |  |

3.Вам доручено розробити новий хобі-тур «Народні промисли України» наступного року для прийому іноземних туристів. Маршрут туру: Львів-Тернопіль на 6 дн. Термін дії туру: травень — жовтень. Харчування — повний пансіон в ресторані готелю, в 4-ій, 5-ій і 6-й день — харчування в дорозі дотримання.

Використовуючи форму таблиці, дану в завданні 1, складіть договірний план з постачальниками послуг цього туру.

4.Візьміть одного з постачальників послуг(готель, транспортне підприємство) з розроблених вами при виконанні попередніх практичних завдань турів і складіть план ведення переговорів з ним.

5.Проаналізуйте обставини переговорів, шляху реалізації можливих рішень, «портрет» вашого ділового партнера, використовуючи рекомендації, дані в цій главі.

6.Спрогнозуйте можливі аргументи партнера по переговорах і, використавши правила психологічного підходу, підготуйте контраргументи, здатні переконати його прийняти ваші пропозиції.

**Тема 6.** **Укладення договорів з постачальниками послуг.**

1. Якими нормативними актами України і міжнародними документами регламентуються авіаперевезення туристів і договірні взаємовідносини з авіакомпаніями?
2. Назвіть види договорів з авіакомпанією та їх специфіку.
3. Чим регламентуються залізничні перевезення туристів в Україні і на міжнародному рівні?
4. Що має бути відбите в договорі між рецептивним і ініціативним туроператорами при організації инклюзив-тура, замовленого туру?
5. Які види харчування можуть бути затверджені в договорі?
6. Які істотні умови оформлення угоди купівлі-продажу турів?
7. Які факультативні умови угоди і чи слід їх включати в договір?

**Практичні завдання:**

1. Тур, складений і підготовлений вами в попередніх практичних завданнях, діє круглий рік і має циклічний характер. День приїзду нової групи і день від'їзду попередньою не співпадають, а слідують один за одним. Ви працюєте в турфірмі Києва і відправляєте групи туристів на цей тур регулярно 2 рази в місяць. Складіть проект договору з Південно-західною залізницею на забезпечення туристів, подорожуючих по цьому маршруту, проїзними залізничними квитками.
2. Ваша фірма організовує тур «Народні промисли України». Власної екскурсійної служби не має і замовляє екскурсії в екскурсійному бюро. Складіть проект договору на цей тур(на рік) з екскурсійним бюро на обслуговування екскурсіями циклічно заїжджаючих груп туристів.
3. Підготуйте проект договору з музеєм на відвідування його групами ваших туристів по спеціальних заявках.
4. Ви працюєте в туристській фірмі Чернігова і ведете переговори з московським туроператором про прийом ваших туристів в Одесі на турі «Українські підземелля». Розробіть проект договору між вашими туроператорскими фірмами.

**Тема 7.** **Туристична документація.**

**Практичне завдання:**

Даються маршрут, перелік послуг на турі «По Замках і фортецях України» і програма обслуговування:

Від'їзд — наступного дня рано вранці (без харчування). Харчування - повний пансіон. Розміщення в 2-місцевих номерах готелів туристського рівня Термін дії туру -май — вересень. Число людина в групі — 30, Всього груп — 13 Всього людей по маршруту — 300. Підготуйте технологічну карту туру і інформаційний листок до туристської путівки. Заповніть ці документи.

**Тема 8.** **Врахування структури туристичного ринку в діяльності туроператора.**

1. Нарисуйте схему туристичного кругообігу та поясніть її.
2. Розкажіть про особливості поведінки споживачів туристичних послуг.
3. Розкрийте зміст функцій туристичного ринку.
4. Які фактори попиту Ви знаєте?
5. Від чого залежать фактори пропозиції?
6. Що таке рівноважна ціна?
7. Як змінюється світовий туристичний ринок під впливом глобалізації?
8. Дайте визначення туристичного ринку та його основних складових.
9. Хто такий турист і яке його місце в системі туристичного ринку?
10. Які характерні ознаки туристичного ринку Ви знаєте?

**Тема 9.** **Формування збутової мережі туроператора.**

1.Охарактеризуйте різні схеми ринкових каналів просування туристського продукту туроператора:

ТОр Турист

ТОр ТА Турист

ТОр ТОі ТА Турист

ТОр ТОі ТОо ТА Турист

ТОр ТОі ТОо ТА А Турист

Де: ТОр – туроператор рецептивний, ТОі – туроператор ініціативний,

ТА – турагент, А – агент, ТОо – туроператор оптови й.

 2.Які роздрібні і оптові туристські фірми і їх місце в структурі каналів збуту?

**Тема 10.** **Підбір партнерів по збуту. Агентська угода.**

1. Який порядок оформлення агентської угоди?
2. Що є предметом і об'єктом агентської угоди?
3. Які необхідні умови агентської угоди?
4. Що вказується в описі учасників угоди?
5. Які зустрічаються варіанти предмета угоди туроператора і турагента?
6. Що розуміється під об'єктом угоди? Принципи опису об'єкту угоди.
7. Яка відповідальність туроператора і турагента за неякісні послуги і взаємовідносини при відмові туриста від подорожі?
8. Що відноситься до форс-мажорних обставин і як вони відбиваються в угоді?
9. Який порядок оформлення претензій і терміни їх пред'явлення? Варіанти взаємовідносин партнерів по претензіях залежно від умов контракту.
10. Назвіть можливі види претензій і способи їх задоволення.
11. Який порядок вирішення суперечок між туроператором
12. і турагентом за угодою?
13. Який порядок дострокового припинення дії угоди?
14. Які вимоги, що пред'являються до мовного оформлення угоди?

**Тема 11.** **Використання реклами в роботі туроператора.**

1. Які питання входять в тактичні рішення по рекламі?
2. На підставі яких критеріїв вибираються засоби реклами і рекламоносії?
3. Які завдання і заходи стимулювання збуту турпродукту споживачам?
4. Які завдання і заходи стимулювання збуту турпродукту роздрібним турагентствам?
5. Для чого використовується пропаганда, або паблік рилейшнз, в туристській діяльності?
6. Назвіть засоби пропаганди в туризмі.
7. Які вимоги, що пред'являються до інформації для преси?
8. Назвіть види туристських заходів, організовуваних в цілях пропаганди туристської діяльності.
9. Що входить в систему нерекламних методів просування турпродукту?

**Практичне завдання**

Складіть план заходів для туроператорської компанії по паблік рилейшнз, щоб вони були спрямовані на:

* перманентну організацію інформаційного потоку від компанії до існуючих і потенційних партнерів і клієнтів;
* створення і підтримка іміджу компанії і забезпечення ефекту її присутності в сферах конкурентного ринку і в супутніх йому акціях;
* досягнення розуміння і доброзичливості з боку засобів масової інформації і соціуму, на який орієнтується ваш бізнес.

**Тема 12.** **Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристичного продукту.**

1. Що визначає зручність користування каталогом?
2. Назвіть основні вимоги до форми подання матеріалу в каталозі.
3. Які типові недоліки каталогів?
4. Відповідальність туроператора за достовірність і дохідливість інформації в каталозі.
5. Які принципи підбору ілюстративного матеріалу для каталогу туроператора?
6. Як визначити вартість видання каталогу?
7. Як скласти замовлення в друкарню на видання каталогу?

**Тема 13.** **Участь у виставках.**

1. Які засоби оформлення стенду використовуються туристським фірмами?
2. Які методи показу і привертання уваги відвідувачів можуть використовуватися на виставках?
3. Які правила організації роботи виставкової команди на стенді?
4. Назвіть контрольні питання виставкової команди.
5. Назвіть контрольні питання в післявиставковій діяльності туристської фірми.

**Практичне завдання**

При відвідуванні найближчої туристської виставки звернете увагу на стенди туристських фірм і компаній.

Спробуйте протестувати про себе деякі стенди, наслідуючи рекомендації цієї глави.

Таку ж роботу проведіть, тестуючи вітрини туристських фірм.

**Тема 14.** **Організація обслуговування туристів.**

1. Що входить в поняття якісної і привабливої програми обслуговування?
2. Що таке оптимальність туристської програми?
3. На чому засновані психологічні принципи туристського програмування?
4. Назвіть сучасні принципи програмного обслуговування.
5. Чим характеризується і якими методами досягається гостинність в туристському обслуговуванні?
6. Розкажіть про технологію обслуговування і клімат взаємодії з туристами. Назвіть знаки уваги, що робляться туристам при обслуговуванні.
7. Розкажіть про принцип звільнення і його значення в обслуговуванні туристів.
8. Назвіть три основні установки сучасного туроперейтинга.

**Тема 15.** **Зарубіжні представники туроператорів.**

1. Якими державними документами регламентуються параметри якості продукту туроператора?
2. Назвіть обов'язкові і рекомендовані вимоги до туру, визначені ГОСТ Р 50690-94. Їх роль в організації якості туру.
3. Які основні напрями в організації якості обслуговування туристів?
4. Розкрийте підхід до організації системи якості, затверджений ГОСТ Р 50691-94.
5. Які роль і відповідальність обслуговуючого персоналу в організації системи якості послуг?
6. Яка роль постачальників послуг в організації якості туристського обслуговування?
7. Яка інформація включається в поняття ефективної взаємодії із споживачем відповідно до ГОСТ Р 50691-94?
8. Який порядок проведення заходів, що коригують, по качеству7
9. Які рекомендації по організації роботи груп якості в туристських організаціях відповідно до міжнародної системи стандартів якості ISО-9000?

**Тема 16.** **Діяльність туроператора по розробці святкових і розважальних турів.**

1. Які фактори підвищення якості турів через анімаційні заходи Ви знаєте?
2. Які свята традиційно використовуються в Україні для розваг туристів?
3. Розкрийте зміст поняття «економічна ефективність»? Якими показниками вона визначається?
4. Які свята найчастіше стають основою турів?
5. Роскажіть про власний досвід організації свят.
6. У який спосіб можна визначити економічну ефективність святкового туру?

**Тема 17.** **Підвищення ефективності роботи туристичних центрів через поєднання функцій туроператора.**

1. Які підприємства можуть входити до структури туристичного центру? З якою метою?
2. Яку кількість туристичних центрів Ви б запропонували для Вашого міста? Чому?
3. Які переваги дає включення туроператора до складу турцентра?
4. З чого складаються керівні органи туристичних центрів?
5. Для чого потребне державне регулювання діяльності туристичних центрів?
6. У чому полягають переваги кластерного принципу організації туристичних центрів?
7. Яке місце туроператора в структурі туристичних центрів?
8. За якою схемою здійснюється координація взаємодії туроператора з іншими учасниками туристичних центрів?

**7.Поточний модульний контроль з дисципліни «Туроперейтинг»**

Проведення поточного модульного контролю має на меті:

* здійснення моніторингу успішності засвоєння студентами навчального матеріалу;
* проведення оцінки якості знань студентів;
* забезпечення двостороннього зв’язку між викладачем та студентами;
* своєчасне виявлення проблем, що виникли в процесі засвоєння необхідної інформації та виконання практичних робіт;
* здійснення корекції знань студентів;
* підготовку до підсумкової форми контролю – іспиту.

Поточний контроль з дисципліни “**Основи туризмознавства**” відбувається по таким тематичним блокам:

**Змістовний модуль 1. Теоретичні основи, базові поняття і визначення туроперейтинга,** який включає в себе теми:

1.Основні поняття і визначення.

2.Процедури і етапи створення

туристичного підприємства.

3.Ліцензування туристичної діяльності.

**Змістовний модуль 2. Розробка туру, підготовка документації і перевірка маршруту для перевезення туристів,** який включає в себе теми:

1.Проектування туру і програми обслуговування.

2.Переговори з надавачами послуг та договірний план.

3.Укладення договорів з постачальниками послуг.

**Змістовний модуль 3. Збутова мережа. Підбір партнерів. Реклама.**

1.Туристична документація.

2.Врахування структури туристичного ринку в діяльності туроператора.

3.Формування збутової мережі туроператора.

**Змістовний модуль 4. Стратегії обслуговування туристів.**

1.Підбір партнерів по збуту. Агентська угода.

2.Використання реклами в роботі туроператора.

3.Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристичного продукту.

4.Участь у виставках.

**Змістовний модуль 5. Стратегії підвищення якості обслуговування туристів. Шляхи підвищення привабливості туристичного продукту.**

1.Організація обслуговування туристів.

2.Зарубіжні представники туроператорів.

3.Діяльність туроператора по розробці святкових і розважальних турів.

4.Підвищення ефективності роботи туристичних центрів через поєднання функцій туроператора.

**Модульна загальна оцінка включає в себе наступні складові:**

* оцінка за поточний контроль (виставляється на основі усного та письмового фронтального та індивідуального опитувань),
* оцінка за практичні роботи,
* оцінка за підготований реферат або індивідуальну роботу,
* оцінка за звіт з екскурсії,
* оцінка за модульну контрольну роботу.
* Кількість балів розподіляється наступним чином:

**8.Модульна оцінка знань студентів**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Оцінка****ECTS** | **Оцінка**(За національною шкалою) | **Модуль1**(бали) питома вага **0,2** | **Модуль2**(бали) питома вага **0,2** | **Модуль3**(бали) питома вага **0,2** | **Модуль4**(бали)питома вага **0,2** | **Модуль5**(бали)питома вага **0,2** | **Сума балів** |
| **A** | **5 (відмінно)** | 18-20 | 18-20 | 18-20 | 18-20 | 18-20 | **90-100** |
| **B, C** | **4 (добре)** | 23-26 | 23-26 | 15-17 | 15-17 | 15-17 | **75-89** |
| **D, E** | **3 (задовільно)** | 18-22 | 18-22 | 12-14 | 12-14 | 12-14 | **60-74** |
| **F X** | **2 (незадовільно)**з допуском до екзамену | 10-17 | 10-17 | 10-11 | 10-11 | 10-11 | **35-59** |
| **F** | **2 (незадовільно)** |  |  |  |  |  | **0-34** |

**КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗМІСТОВОГО МОДУЛЯ № 1**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Оцінка** | **Усна****відповідь** | **Модульна** **контрольна робота** | **Опрацьована література** | **Активність** | **Сума балів** |
| **5 (відмінно)** | 10-12 | 8 | 7 | 3 | **18-20** |
| **4 (добре)** | 7-9 | 7 | 7 | 2 | **23-26** |
| **3 (задовільно)** | 4--6 | 7 | 6 | 1 | **18-22** |
| **2 (незадовільно)** | 2-3 | 4 | 3 | 0 | **10-17** |

**КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗМІСТОВОГО МОДУЛЯ № 2**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Оцінка** | **Усна****відповідь** | **Модульна** **контрольна робота** | **Опрацьована література** | **Активність** | **Сума балів** |
| **5 (відмінно)** | 10-12 | 8 | 7 | 3 | **18-20** |
| **4 (добре)** | 7-9 | 7 | 7 | 2 | **23-26** |
| **3 (задовільно)** | 4--6 | 7 | 6 | 1 | **18-22** |
| **2 (незадовільно)** | 2-3 | 4 | 3 | 0 | **10-17** |

**КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗМІСТОВОГО МОДУЛЯ № 3**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Оцінка** | **Усна****відповідь** | **Модульна** **контрольна робота** | **Опрацьована література** | **Активність** | **Сума балів** |
| **5 (відмінно)** | 10-12 | 3 | 3 | 2 | **18-20** |
| **4 (добре)** | 7-9 | 3 | 3 | 2 | **15-17** |
| **3 (задовільно)** | 4-6 | 2 | 2 | 1 | **12-14** |
| **2 (незадовільно)** | 2-3 | 1 | 1 | 1 | **10-11** |

**КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗМІСТОВОГО МОДУЛЯ № 4**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Оцінка*** | ***Усна******відповідь*** | ***Модульна*** ***контрольна робота*** | ***Опрацьована література*** | ***Активність*** | ***Сума балів*** |
| **5 (відмінно)** | 10-12 | 3 | 3 | 2 | **18-20** |
| **4 (добре)** | 7-9 | 3 | 3 | 2 | **15-17** |
| **3 (задовільно)** | 4-6 | 2 | 2 | 1 | **12-14** |
| **2 (незадовільно)** | 2-3 | 1 | 1 | 1 | **10-11** |

**КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗМІСТОВОГО МОДУЛЯ № 5**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Оцінка** | **Усна****відповідь** | **Модульна** **контрольна робота** | **Опрацьована література** | **Активність** | **Сума балів** |
| **5 (відмінно)** | 10-12 | 3 | 3 | 2 | **18-20** |
| **4 (добре)** | 7-9 | 3 | 3 | 2 | **15-17** |
| **3 (задовільно)** | 4-6 | 2 | 2 | 1 | **12-14** |
| **2 (незадовільно)** | 2-3 | 1 | 1 | 1 | **10-11** |

**Оцінка за виконання курсової роботи**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид роботи** | **Форма контролю** | **Кількість балів** |
| Програмна частина, перелік елементів та принципова схема | 1.  Відповідність умовам завдання | 0… | 20 |
| 2. Відповідність вимогам стандартів | 0… | 10 |
| Пояснювальна записка | 1. Обґрунтованість технічних рішень | 0… | 20 |
|   | 2. Посилання на першоджерела | 0… | 5 |
|   | 3. Відповідність оформлення вимогам | 0… | 15 |
|   | 4. Своєчасність здачі | 0… | 10 |
| Захист курсової роботи | Самостійність виконання (відповіді на запитання) | 0… | 20 |
| **Разом** | **0…** | **100** |

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Сума балів за всі види навчальної діяльності** | **Оцінка ECTS** | **Оцінка за національною шкалою** |
| **для екзамену, курсової роботи** | **для заліку** |
| 90 – 100 | **А** | відмінно | зараховано |
| 82-89 | **В** | добре |
| 75-81 | **С** |
| 66-74 | **D** | задовільно  |
| 60-65 | **Е**  |
| 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 |

# Мінімальні вимоги до знань та вмінь

З тими студентами, які до проведення підсумкового семестрового контролю не встигли виконати всі обов’язкові види робіт та мають підсумкову оцінку від 35 до 59 балів (за шкалою оцінювання), проводяться додаткові індивідуальні заняття, за результатами яких визначається, наскільки глибоко засвоєний матеріал, та чи необхідне повторне вивчення дисципліни.

Дисципліну можна вважати такою, що засвоєна, якщо студент:

1) **знає**:

* основні види туризму, турів, типів туристів та класів туристичного обслуго­вування;
* основи організації туристичного бізнесу, адміністративно-управ­лінського механізму регулювання господарської діяльності в сфері туризму;
* правове регулювання туристичної політики України;
* туристичні регіони та зони;
* структуру та складові туристичної індустрії;
* механізм державного регулювання туризму.

2) **вміє**:

* застосовувати складові механізму управління туристичною сферою з максималь­ним результатом;
* аналізувати нові форми та методи обслуговування в туризмі при формуванні тривалих міждержавних та внутрішніх зв'язків;
* розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії;
* формувати концепцію створення та забезпечення роботи туристичного підприємства.

**Методи навчання** – лекція, пояснення, спостереження за практичною діяльністю, вивчення передового досвіду, консультація, роз’яснення, ілюстрація, практична робота, самостійна робота та інші.

**Методи контролю** – фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка письмових та самостійних робіт, приймання звітів по практичним та індивідуальним роботам, поточний, проміжний (модульний) та підсумковий контроль.

**Методи оцінювання**

***Загальні оцінки за усну відповідь, звіти за практичні роботи та реферати*** по кожному модулю виводяться як відношення суми зароблених балів по кожному виду робіт до кількості робіт кожного виду.

***Критерії оцінки модульної контрольної роботи***:

Оцінка ***10-9 балів*** виставляється тоді, коли студент вільно володіє проблемою, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, робота виконана самостійно і відзначається змістовністю, повнотою і логічністю,

Оцінка ***8-7 балів*** виставляється за самостійно виконану на досить високому рівні письмову роботу, але:

* студент, виявивши добру підготовку, допускає неточності у трактуванні окремих проблем, відчуває певні труднощі в теоретичному їх узагальнені;
* питання розкриті не повно, дещо порушена логіка викладу матеріалу;

Оцінка ***6-5 балів*** виставляється якщо студент орієнтується у обраній темі, але не може зробити висновки, логічно викласти проблему, досить повно розкрити питання.

Оцінка ***3-4 бали*** виставляється тоді, коли студент не орієнтується в проблемі, не опанував мінімуму теоретичних знань, але може дати визначення деяких понять або викласти деякі факти, що стосуються питання, не може аналізувати, робити висновки.

Оцінка ***1-2 бали*** виставляється в тому разі, коли студент зовсім не орієнтується в проблемі.

Оцінка ***0 балів*** виставляється за відсутності відповідей на поставлені питання

**Методичне забезпечення** – навчальний план, навчальна програма, методичні посібники з аудиторної та практичної робіт.

**Ресурси** – основні підручники з дисципліни, інша періодика, додаткова література, ресурси Інтернет.

**Список використаних джерел**

**Основна:**

# 1.Бандурин, В. В. Туристические транснациональные корпорации: модели, структура, экономическая эффективность: монография / В. В. Бандурин. – М. : Граница, 2010. – 181с.

# 2.Музиченко-Козловська, О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія / О. В. Музиченко-Козловська. – Львів : Новий Світ-2000, 2012. – 176 с.

1. 3.Квартальнов, В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В. А.Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 479с.

4.Погасій, С. О. Конспект лекцій з дисципліни «Технологія туристської діяльності» (для студентів 3 курсу денної і заочної форм навчання напряму пі­дготовки 6.020107 - «Туризм») / С. О. Погасій, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва – Х. : ХНАМГ, 2012. – 153 с.

5.Сенин, В. С. Организация международного туризма: учебник / В. С. Сенин . – М. : Финансы и статистика, 2003. – 400 с.

# 6.В’їзний туризм: навчальний посібник / П. Ф. Коваль, Н. О. Алєшугіна, Г. П. Андрєєва, [та ін.]. - Ніжин, Видавництво Лук’яненко В.В., 2010. – 304 с.

7.Руденко, О. М. Психологія соціально-культурного сервісу і туризму: навчальний посібник для Вузів / О. М. Руденко, М. А. Довгальова. – Ростов-на-Дону : «Фенікс», 2005.

# 8.Пуцентейло, П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

# 9.Буйленко, В. Ф. Туризм / В. Ф. Буйленко. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 416 с.

 10.[Правик, Ю. М. Маркетинг туризму: підручник / Ю. М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.](http://tourism-book.com/pbooks/book-79/ua/)

11.Кіптенко, В. К. Менеджмент туризму: підручник / В. К. Кіптенко. – К. : Знання, 2010. – 502 с.

12.Погасій, С. О. Конспект лекцій з дисципліни «Технологія туристської діяльності» (для студентів 3 курсу денної і заочної форм навчання напряму пі- дготовки 6.020107 – «Туризм») / С. О. Погасій, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва – Х. : ХНАМГ, 2012. – 153 с.

#  13. Маркетинг тур продукту: підручник / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Т. О. Демура, Г. Б. Мунін. – К : Кондор, 2009. – 394 с.

**Додаткова:**

1. 1.Баумгартен, Л. В. Стратегический менеджмент в туризме / Л. В.Баумгартен. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 176с.
2. 2.Виноградова, Т. В. Технология продаж услуг туристской индустрии: учебник для вузов по специальности "Туризм" / Т. В. Виноградова, Н. Д. Закорин, Р. Ю. Тубелис; Балт. акад. туризма и предпринимательства. - М., 2010. - 238с.
3. 3.Гринькевич, О. С. Про систему показників стратегічного аналізу середовища туристичної організації / О. С.Гринькевич, М. М. Біль, Б. Б. Уманців // Вісник ДІТБ. – 2008. – №12. – С.177-183.
4. 4.Гуляев, В. Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник / В. Г. Гуляев. –Москва : Советский спорт, 2008. - 280 с.
5. 5.Данильчук, В. Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий: монография / В. Ф.Данильчук. – НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2006. – 240с.
6. 6.Жукова, М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. – М : Финансы и статистика, 2004. – 200с.
7. 7.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. : ил.
8. 8.Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта : ученик / Е. Н. Ильина. – Москва : Финансы и статистика, 2008. - 176 с.: ил.
9. 9.Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания : ученик / Е. Н. Ильина. – Москва : Финансы и статистика, 2008. - 160 с.: ил.

# 10.Квартальнов, В. А. Туризм: підручник / В. А. Квартальнов. – М : Фінанси і статистика, 2002. – 320с.

1. 11.Кіптенко, В. К. Менеджмент туризму : підручник / В. К. Кіптенко. – К : Знання, 2010. – 502с.
2. 12.Кифяк, В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф.Кифяк. – Чернівці : Книги-ХХІ, 2003. – 300с.
3. 13.Леонова, Г. Д. Классификация услуг развлечений / Г. Д. Леонова, Н. Г. Гузь // Вісник ДІТБ. – 2008. – № 12. – С.219-223.
4. 14.Любіцева, О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2003. – 463с.
5. 15.Мармуль, Л. О. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств: моногр. / Л. О.Мармуль, О. А.Сарапіна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2006. – 182с.
6. 16.Моисеева, Н. К. Маркетинг и турбизнес: учебник / Н. К. Моисеева. –Москва : Советский спорт, 2009. - 496 с.
7. 17.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.
8. 18.Ополченов, И. И. Управление качеством в сфере услуг: учебник / И. И. Ополченов. – Москва : Советский спорт, 2008. - 246 с.
9. 19.Ушаков Д. С. Технологии въездного туризма / Д. С. Ушаков. – М. : МарТ; Ростов н/Д: МарТ, 2006. – 384с.
10. 20.Федорченко, В. К. Туристичний словник-довідник: навчальний посібник / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. – К. : Дніпро, 2000. – 160 с.
11. 21.Федцов, В. Г. Культура гостинично-туристского сервиса: учебное пособие для обучающихся по специальностям "Социально-культурный сервис и туризм", "Сервис" / В. Г. Федцов. - Ростов н/Д, 2008. - 503с.
12. 22.Фоменко, Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія / Н. В. Фоменко. - К. : ЦУЛ, 2007. - 312 с.
13. 23.Школа, І. М. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / І. М. Школа [та ін.]; за ред. проф. І. М. Школи. – Чернівці, 2003. – 596с.
14. 24.Явкін, В. Г. Проблеми географії та менеджменту туризму: моногр. / В. Г. Явкін, В. П. Руденко, О. Д. Король. – Чернівці, Рута, 2006. – 260с.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Бриль Кирило Григорович

***“* ТУРОПЕРЕЙТИНГ *”***

**Методичні вказівки**

**до практичних і самостійних занять**

|  |  |
| --- | --- |
| Технічний редактор | Тестова Н. А. |
| Комп’ютерна верстка | Бриль К. Г. |
| Мовне редагування | Бриль К. Г. |

Прийнято до друку . .2015 р.

Папір офс. Гарнітура Times New Roman. Друк – різограф.

Ум.-друк. арк. 6.2. Обл.-вид. арк. 6.4.

Наклад 12 прим. Зам. № 149 012.014

Чернігівський національний технологічний університет

14027, м. Чернігів, вул. Шевченка 95.

Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи

до державного реєстру видавців,

виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції

серія ДК № 840 від 04.03.2002 р.