

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Вишого навчального за-
кладу Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»
18 квітня 2019 року № 88-Н

Форма № П-2.03

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
**«Організація туризму
(Туроперейтинг)»**

з підготовки здобувачів
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Галузь знань	24 Сфера обслуговування <i>(код і назва)</i>
Спеціальність	242 Туризм <i>(код і назва)</i>
Спеціалізація (за наявності)	- <i>(код і назва)</i>
Освітня програма	Туризм <i>(назва)</i>

Полтава 2019 рік

Укладач програми:

Карпенко Ю. В., к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Рецензенти програми:

Пасека С. Р., д. е. н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького;

Ліман С. І., д. і. н., професор, завідувач кафедри туристичного бізнесу Харківської державної академії культури.

Програму навчальної дисципліни схвалено і обговорено на засіданні кафедри туристичного та готельного бізнесу
Протокол засідання кафедри
від 27 серпня 2019 р., № 1

Завідувач кафедри
туристичного та готельного бізнесу
д.е.н., професор.

_____ Г. П. Скляр
(підпис)

ПОГОДЖЕНО:
Гарант освітньої програми «Туризм»,
к.е.н.

_____ Ю. В. Карпенко
(підпис)

ПОГОДЖЕНО:
Голова науково-методичної ради,
д.е.н., професор.

_____ Н. С. Педченко
(підпис)

КОРОТКА АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Організація туризму (Туроперейтинг)» передбачає набуття студентами сучасних теоретичних знань та практичних навичок зі створення дієвої системи взаємодії між всіма суб'єктами туристичного ринку: туроператорів, турагентів, підприємств-виробників туристичних послуг з метою створення та реалізації туристського продукту. А також, при вивченні дисципліни особлива увага приділяється організаційно-економічним аспектам туроператорської діяльності.

Учебная дисциплина «Организация туризма (Туроперейтинг)» предусматривает получение студентами современных теоретических знаний и практических навыков по созданию действенной системы взаимодействия между всеми субъектами туристического рынка: туроператорами, турагентами, предприятиями-производителями туристических услуг с целью создания и реализации туристского продукта. А также, при изучении дисциплины особое внимание уделяется организационно-экономическим аспектам туроператорской деятельности.

The course «Tourism Organization «Turopereiting» provides students with the acquisition of modern theoretical knowledge and practical skills to create an effective system of interaction between all subjects of the tourism market: tour operators, travel agents, enterprises of manufacturers of tourist services in order to create and sell a tourist product. And also, in the study special attention is paid to the organizational and economic aspects of the tour operator.

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Організація туризму (Туроперейтинг)» укладена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Туризм» освітня програма Туризм, затвердженої наказом по університету від 22 березня 2019 р., № 60.

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

Метою дисципліни 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.

Програмні компетентності відповідно до освітньо-професійної програми:

загальні: здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу (K04); здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (K06); здатність працювати в міжнародному контексті (K07); навички використання інформаційних та комунікаційних технологій (K08); вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми (K09);

спеціальні, фахові, предметні: Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного) (K20); здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту (K21); розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем (K22); здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал (K24); здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації (K27).

Програмні результати навчання відповідно до освітньо-професійної програми. В результаті освоєння дисципліни студент повинен:

знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів (ПР01);

знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук (ПР02);

застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів (ПР06);

розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт (ПР07);

організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості \ норм безпеки (ПР09);

розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна) (ПР10);

встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей (ПР13).

приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності (ПР21).

Навчальна дисципліна є обов'язковою.

Форма підсумкового контролю знань – екзамен.

ПРОГРАМНИЙ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Теоретичні основи туropolерейтингу.
Туropolерейтинг та туropolерейтинг.
Просування та продаж турів

Тема 1. Понятійний апарат туropolерейтингу

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.

Етапи розвитку туropolерейтингу. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolерейтингу. Основні функції туropolерейтингу.

Класифікація та види туropolерейтингу. Основні типи туropolерейтингу. Оператори масового ринку. Оператори, що спеціалізуються на певному сегменті ринку. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Організація турів для внутрішнього туризму. Виїзні (ініціативні) туropolерейтингу. Рецептивні туropolерейтингу.

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

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

Тема 2. Туристичний продукт як предмет діяльності туropolерейтингу

Зміст робіт з туристичного проектування. Асортимент послуг туropolерейтингу. Диференціація пропозицій туropolерейтингу.

Етапи розробки туropolерейтингу. Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Графо-аналітичні моделі програм обслуговування.

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

Стадії планування туристичного пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками. Типова тимчасова шкала туropolерейтингової програми. Принципи вибору місць прийому. Послідов-

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

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

Тема 3. Організація співпраці туроператора з постачальниками та діловими партнерами

Схеми роботи туроператорів з meet-компаніями: разові заявки, квартна форма співпраці, туристичний кредит. Договірні відносини між туроператором та meet-компанією. Обовязки туроператора та meet-компанії.

Схеми співпраці туроператора і готельєра: Оренда готелю, придбання блоків кімнат на умовах комитменту, купівля блоку місць на умовах елотмент, безвідкличне бронювання, пріоритетне бронювання, підвищена комісія, робота за разовими заявками.

Особливості роботи авіакомпаній з туроператорами. Організація чартерних превезень. Види чартерних програм. Договірні відносини з авіакомпаніями. Зобовязання авіакомпанії перед туроператором та перед туристами. Особливості роботи туроператора з регулярними перевізниками.

Особливості фрахту пасажирського круїзного судна. Аналіз каютного фонду. Права та обов'язки судновласників та круїзних туроператорів перед туристами та перед один одним. Специфіка обслуговування круїзних туристів та укладання програм обслуговування.

Програма страхування медичних та інших непередбачених витрат громадян, що виїжджають за кордон. Програма страхування від нещасних випадків під час поїздки. Програма страхування витрат на випадок неможливості здійснити заздалегідь оплачену поїздку. Програма страхування особистого майна громадян на час їхньої відсутності в рідному місті. Розмір страхових тарифів програми страхування.

Тема 4. Управління збутовою діяльністю туроператора

Канали просування і реалізації турпродукту. Форми організації збуту туристського продукту. Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту. Тлумачення

терміну «аквізитор». Джерела аквізиції туристів.

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

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

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

Модуль 2. Організаційно-економічні аспекти туроператорської діяльності

Тема 5. Фінансові та облікові аспекти туроперейтингу

Фінансова схема роботи туроператора. Базові завдання управління фінансовими ресурсами. Прогресивні методи управління фінансовою діяльністю організації.

Облікова політика. Облік витрат туроператора та формування собівартості туристичних послуг. Класифікація витрат туристичного оператора за видами витрат. Виробнича собівартість туристичного продукту. Класифікація витрат за економічними елементами.

Методи розрахунку ціни туристичної послуги. Базові формули калькулювання ціни. Джерела для зниження цін на туристичну продукцію. Витратний метод калькулювання ціни.

Кінцева ціна туру: фактори що на неї впливають. Сезонні коливання цін в туризмі. Індекс сезонності.

Формування фонду заробітної плати на підприємстві туроператора. Нормативний метод планування фонду зарплати. Податковий облік.

Тема 6. Управління персоналом на підприємстві туроператора

Сутність та основні принципи ефективного управління персоналом.

Принципами управління персоналом.

Планування та підбір персоналу. Управління професійним розвитком працівників. Методи професійного розвитку персоналу туроператорського підприємства.

Кваліфікаційні вимоги до спеціалістів в сфері туроперейтингу. Професійні якості.

Тема 7. Стратегічний менеджмент в туроператорській діяльності

Особливості стратегування на підприємствах туристичної сфери. Соціально-економічний механізм стратегічного менеджменту туристичного підприємства. Основні форми розвитку, які доцільно використовувати на підприємствах туристичної сфери.

Система стратегічного менеджменту туристичного підприємства. Методика «SMART». Методики SWOT і PEST. Оцінка стратегічних альтернатив.

Стратегічний план туристичного підприємства: характерні ознаки, відмінні особливості. Оперативне планування. Тактичне планування. Стратегічне планування. Основні відмінності між видами планування на підприємстві. Узгодженість стратегічних планів туристичного підприємства з іншими підприємствами та організаціями.

Корпоративна культура: взаємозв'язок її складових та їх вплив на стратегічний розвиток туристичного підприємства. Функції корпоративної культури. Корпоративна культура як інтегратор інтересів підприємства та працівників. Імідж.

CRM-система як дієвий інструмент стратегічного менеджменту туристичного підприємства. Цілі розробки та впровадження CRM-системи. Цикл інформаційних процесів CRM-системи туристичного підприємства.

Тема 8. Інформаційні технології в туроперейтингу

Інформаційно-комунікаційні технології в туристичному бізнесу. Використання програмного забезпечення та можливостей мережі Інтернет з метою планування, розробки, організації та просування турів. Електронний бізнес. Електронна комерція. Глобальними системами комп'ютерного бронювання. Вигоди електронної комерції в Інтернет для малих і середніх туристичних підприємств. Перешкоди електрон-

ної комерції в Інтернеті для малих та середніх туристичних підприємств.

Характеристики електронних систем бронювання туристичних послуг. Global Distribution System (GDS). Система бронювання Amadeus. Система бронювання Galileo. Система бронювання Worldspan. Система бронювання Sabre. Інші зарубіжні системи бронювання. Вибір системи бронювання.

Програмне забезпечення в операційній діяльності туроператора. Система «САМО-ТУР». Основні функції і можливості програми «Майстер-Тур».

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Про туризм: Закон України від 18.11.2003 р. № 1282–IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 24.09.2019).
2. Брич. В. Я. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
3. Бабарицька В. К. Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. К. : Альтерпрес, 2009. 288 с.
4. Кусков А. С., Голубева В. Л. Туроперейтинг: учебник. М.: ФОРУМ, 2009. 400 с.
5. Любіцева О. О. Методика розробки турів: навч. посібн. К. : Альтерпрес, 2003. 104 с.
6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-е вид. К. : Альтерпрес, 2005. 253 с.
7. Михайліченко Г. І., Єременко А. Ю. Організація туристичних подорожей : навч. посіб. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 391 с.
8. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей: навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 156 с.
9. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги -XXI, 2003. 300 с.
10. Кудла Н. С. Менеджмент туристичного підприємства: підруч. К.: Знання, 2012. 343 с.
11. Бирицкая Н. М., Сергеева Т. М. Туроперейтинг: учебно-методическое пособие. Мн. : БГЭУ. 2010. 367 с.
12. Островская А. Е., Отческий И. Е. Туристско-операторская деятельность: учеб. пособие. Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета. 2008. 167 с.
13. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы : учебник. М. : Финансы и статистика, 2002. 192 с.
14. Ильина Е. Туроперейтинг. Организация деятельности. М. : ФИС, 2007. 480 с.

Додаткові

15. ДСТУ 4268:2003. Державний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги [Чинний від 2004-01-07]. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 14 с.

16. ДСТУ 4269:2003. Державний стандарт України. Послуги туристичні. Класифікація готелів [Чинний від 2004-01-09]. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 13 с.

17. ДСТУ 4527:2006. Державний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення [Чинний від 2006-01-10]. К.: Держспоживстандарт України, 2006. 28 с.

18. ДСТУ 878-93 Води мінеральні питні. Технічні умови [Чинний від 1995-01-01]. К.: Держспоживстандарт України, 1994. 88 с.

Електронні ресурси

19. Вимоги безпеки на гірськолижних трасах. URL: <http://donlegion.com/index.php?aid=50> (дата звернення: 05.04.2019).

20. Про захист прав споживачів: Закон України № № 1023-ХІІ. Ред. від 12.05.1991 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 05.08.2019).

21. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 р. № 2026-ІІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14> (дата звернення: 01.09.2019).

22. Про оздоровлення та відпочинок дітей: Закон України від 04.09.2008 р. № 375-VІ. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/375-17> (дата звернення: 01.09.2019).

23. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25.06.1991 р. № 1264-ХІІ URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1264-12> (дата звернення: 01.07.2019).

24. Про страхування: Закон України від 07.03.1996 р. № 85/96-ВР. URL: <https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 17.08.2019).

25. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p (дата звернення: 17.08.2019).

26. Офіційний сайт компанії «Амадеус Україна». URL: <http://www.amadeus.net.ua/rus/amadeusua.htm> (дата звернення: 17.08.2019).

27. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. URL: www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/1865.htm (дата звернення: 17.08.2019).