

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Тетяна ТЕСЛЕНКО
22.07.2024



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь

бакалавр

(назва ступеня вищої освіти – бакалавр або магістр)

Спеціальність

242 ТУРИЗМ

(шифр і назва)

Освітня програма

ТУРИЗМ

(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)

наказ № 51-02 від 10.06.21

Статус навчальної дисципліни

обов'язкова

(обов'язкова або вибіркова)

Мова навчання:

українська

Дніпро
2024



Кандидат економічних наук, доцент

науковий ступень та/або вчене звання (за наявності)

Досвід роботи: 40 років

Автор: понад 100 науково-методичних праць

показники наукової активності (кількісні)

Лектор з навчальних дисциплін:

Туроперейтинг, Демографія,

Основи демографії, Організація

транспортних послуг, Організація туризму

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Метою вивчення навчальної дисципліни « Туроперейтинг » є формування компетентностей щодо умов та правил створення туристичного продукту; дотримання технології та правил організації туристичних подорожей; бронювання різних видів послуг; організації транспортних перевезень та турів; формування теоретичних, професійних знань і практичних навичок щодо туроператорської діяльності.

Передумови для вивчення навчальної дисципліни

«Географія туризму»

«Організація туризму»

«Маркетинг у туризмі»

«Менеджменту у туризмі»

«Організація транспортних послуг» та інші.

Форми проведення занять: лекції, семінарські та практичні заняття.

Форма підсумкового контролю.

З навчальної дисципліни «Туроперейтинг» передбачено:

- для денної форми навчання – екзамен;

- для заочної форми навчання – екзамен.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Форма навчання Денна/ заочна Обсяг 4 кредитів ЄКТС, (120 годин)

Курс 4 Групи Т-

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна та індивідуальна робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практизаняття	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Основи туropolерейтингу	15	6	2	2	2	9
2	Туropolерейтинг та агентський бізнес в Україні.	15	6	2	2	2	9
3	Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту	15	6	2	2	2	9
4	Правила формування програм перебування туристів	15	6	2	2	2	9
5	Рецептивний туropolерейтинг	15	6	2	2	2	9
6	Ініціативний туropolерейтинг	15	6	2	2	2	9
7	Консолідований туropolерейтинг	15	6	2	2	2	9
8	Організація туристичних подорожей туropolератором	15	6	2	2	2	9
	Разом за семестр	120	48	16	16	16	72

Література та навчальні матеріали:

Основна:

1. Шаповал В.М., Юрчишина Л.І. Туropolерейтинг. Конспект лекцій. Дніпро: НТУ «ДП», 2021. 77 с.

2. Манько А.М. Туроперейтинг: навчально-методичні матеріали. Львів. ЛНУ ім. І.Франка, 2022. 39 с.
3. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.
4. Михайліченко Г.І. Туроперейтинг: підручник. К.: ЦІТ КНТЕУ, 2018. 304 с.
5. Тимчук С.В., Нещадим Л.М. Словник термінів з дисципліни «Туроперейтинг». Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. 87 с.

Додаткова:

1. Ведмідь Н.І., Михайліченко Г.І. Курортний туроперейтинг: опорний конспект лекцій. К.: КНТЕУ, 2016. 202 с.
2. Гаврилюк А.М. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір. Монографія. К:Видавництво ЛіраК., 2020. 428с.
3. Брич В.Я., Гарбера О.Є., Гугул О.Я. Туроперейтинг : підручник. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 440 с.
4. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
5. Туристичні кластери: монографія авторів кафедри туризму та рекреації за заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 184 с.

Політика курсу

За кредитно-модульною системою викладення навчальної дисципліни «Туроперейтинг» застосовуються такі основні види контролю знань:

- поточний контроль – систематично на різних навчальних заняттях впродовж семестру у формах:
- усне опитування;
- письмові контрольні експрес-роботи;
- тестовий контроль;
- підсумковий контроль – у кінці семестру після вивчення навчальної дисципліни у формі заліку.

За рішенням викладача або кафедри *нараховуються заохочувальні бали* за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання творчих завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи: здобувачі, які пропустили семінарські заняття або лекції, мають можливість відпрацювати заборгованості під час консультацій, що проводяться викладачем, відповідно до графіку консультацій. Для отримання певної кількості балів здобувач має можливість усно відповісти на питання теми, за якою він має заборгованість або виконати індивідуальну роботу, що складається з завдань, визначених викладачем в кожному окремому випадку (в залежності від обсягу заборгованості).

Обов'язковою умовою при нарахуванні загальної кількості балів здобувачу є необхідність дотримання принципів політики доброчесності. Дотримання *академічної доброчесності* передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, поточного та підсумкового контролю результатів навчання; посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

У випадку встановлення випадків академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, обману з боку здобувачів встановлюється академічна відповідальність. До здобувачів застосовуються види відповідальності, передбачені частинами 6 та 7 статті 42 Закону України «Про освіту».

Більш детально загальноуніверситетська політика з виокремлених питань регламентується основними внутрішніми документами Вищого навчального приватного закладу "Дніпровський гуманітарний університет" (<https://dgu.edu.ua/pro-universitet/>).

Критерії оцінювання знань:

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою (екзамен /залік)	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		оцінка	Пояснення
90–100	Відмінно	A	«Відмінно» – теоретичний зміст курсу засвоєний у повному обсязі ; сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; всі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані в повному обсязі.
83–89	Добре	B	«Дуже добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний у повному обсязі ; в основному сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; всі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані , якість виконання більшості з них оцінена кількістю балів, близькою до максимальної .
75–82		C	«Добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний цілком ; в основному сформовані практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; всі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані , якість виконання жодного з них не оцінена мінімальною кількістю балів, деякі види завдань виконані з помилками .
68–74	Задовільно	D	«Задовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний не повністю , але прогалини не несуть істотного характеру; в основному сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано , деякі з виконаних завдань містять помилки .
60–67		E	«Достатньо» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково ; не сформовані деякі практичні навички роботи; частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального .
35–59	Незадовільно	FX	«Умовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково ; не сформовані необхідні практичні навички роботи; більшість навчальних завдань не виконано або якість їх виконання оцінено кількістю балів, близькою до мінімальної ; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання).
1–34		F	«Безумовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу не засвоєний ; не сформовані необхідні практичні навички роботи; всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки або не виконані взагалі ; додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не призведе до значного підвищення якості виконання навчальних завдань.

Перелік питань до підсумкового контролю:

1. Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.
2. Етапи розвитку туropolерейтинга. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора.
3. Предмет діяльності туropolератора. Профіль роботи туropolератора. Схема організації роботи туropolератора по розробці і реалізації туристського продукту.
4. Класифікація та види туropolераторів. Основні типи туropolераторів.
5. Оператори масового ринку. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послужі і сегменті ринку.
6. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Місцеві туropolератори.
7. Організація турів для внутрішнього туризму.
8. Виїзні (ініціативні) туropolератори. Рецептивні туropolератори.
9. Функції туropolераторів та турагентів.
10. Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика.
11. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макрорегіональний ринки готельних та транспортних послуж, особливості функціонування туристичної індустрії.
12. Геопросторова організація світового туристичного ринку.
13. Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.
14. Зовнішні та внутрішні фактори туropolерейтинга. Оцінка їх впливу.
15. Організація туropolераторського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги.
16. Регуляторні вимоги щодо організації туropolераторського та турагентського бізнесу.
17. Роздрібні й оптові туристичні фірми та їх місце у структурі каналів збуту.
18. Типова організаційна структура туropolератора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
19. Види і форми агентської роботи. Класифікація турагентів.
20. Види агентів. Агентські мережі.
21. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції.
22. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.
23. Формування збутової мережі туropolераторів.
24. Формування збутової мережі. Канали просування і реалізації турпродукту.
25. Форми організації збуту туристського продукту.
26. Роль турагентств у турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туropolератором.
27. Характер контрактних стосунків між туropolератором і турагентством. Контрагентська мережа та основні умови агентських угод.
28. Види і форми інтеграції на ринку туристичних послуж.
29. Тлумачення терміна «аквізитор». Джерела аквізиції туристів.
30. Зміст робіт з турпроекування.

31. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів.
32. Диференціація пропозицій туроператора.
33. Вибір географії подорожей і сегментування на різних туристичних ринках.
34. Мотивація подорожей і формування пакетів послуг.
35. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей.
36. Схеми роботи туроператора з реалізації та організації турів.
37. Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку.
38. Визначення портрета споживача й потреб туристів.
39. Стадії планування туристського пакету.
40. Договірний план і переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками.
41. Послідовність робіт з вибору постачальників послуг (контрагентів).
42. Ухвалення рішення про місце призначення, засоби розміщення, тривалість туру.
43. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.
44. Програма туристичного обслуговування.
45. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів.
46. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів.
47. Основні етапи розробки туристичного продукту.
48. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова та ін.
49. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму з точки зору: туристського менеджменту та маркетингу; технології обслуговування туристів, мета подорожі і типології туристів.
50. Розроблення туру та калькулювання його вартості. Бонусні програми туроператорів.
51. Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів». Види програмних заходів та їх характеристика. Елементи програми туристичного обслуговування.
52. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Умови і принципи розробки туру. Вербальна модель туру. Процес розробки.
53. Правила розроблення програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.
54. Перелік робіт зі створення туристичної пропозиції фірми.
55. Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.
56. Порядок і етапи розробки турпродукту. Основні і специфічні потреби туристів.

57. Початкова диференціація туристських поїздок. Споживчі властивості туру.

58. Шкала потреб клієнтів і формування психологічного портрета потенційних туристів.

59. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.

60. Форми та стилі обслуговування клієнтів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.

61. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.

62. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.

63. Професійні стандарти працівників туристичної фірми.

64. Поняття та зміст рецептивного туроперейтинга. Ресурси рецептивного туроперейтинга.

65. Туристичні ресурси рецептивного туропейтинга в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туропейтинга.

66. Види туризму рецептивного українського туропейтинга.

67. Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів.

68. Позиціонування турів і туроператорів на ринку.

69. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Форми співпраці рецептивних туроператорів з продуцентами туристичних послуг.

70. Формування каталогу пропозицій рецептивного туроператора.

71. Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів.

72. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туроператорів.

73. Бонусні програми національних туроператорів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.

74. Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Етапи дослідження: загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, ступінь інтегрованості ринку, стан та рівень доступності туристсько-екскурсійних ресурсів, стан та рівень розвитку сфери гостинності, територіальна організація ринку пропозицій, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

75. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

76. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.

77. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора.

78. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора у процесі обслуговування та надання туристичних послуг.

79. Брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туроператора.

80. Світовий ринок туроператорів-консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг.

81. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора.

82. Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

83. Формування договірної плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент.

84. Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць у підприємствах туріндустрії. Комітмент.

85. Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та туррагентами.

86. Організація співпраці між туроператорами. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.

87. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.).

88. Типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво.

89. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. Права й обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

90. Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств.

91. Наземне обслуговування. Процедура бронювання пакетних турів.

92. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування.

93. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

94. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг.

95. Порядок бронювання в режимі on-line. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору.

96. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Правила dead-line. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.

97. Види та форми розрахунків за туробслуговування. Взаємозалік та бартерні відносини в туризмі.

98. Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження.

99. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг.

100. Оцінювання якості послуг за критеріями. Якісна характеристика пакетного туру та параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг.

101. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

102. Види та форми розрахунків за туробслуговування. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.