

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

**КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор ВНПЗ «Дніпровський
гуманітарний університет»

Олег КИРИЧЕНКО

РОБОЧА ПРОГРАМА 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 10.06.2021 р.

Статус навчальної дисципліни

обов'язкова

(обов'язкова або вибіркова)

Мова навчання:

українська

Дніпро – 2024

Назва навчальної дисципліни // Робоча програма навчальної дисципліни «Туроперейтинг». Дніпро: ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2024. 13с.

РОЗРОБНИК(-И):

Джинджоян В.В., професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, доктор економічних наук, доцент

Тесленко Т. В., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, кандидат економічних наук, доцент

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Схвалено Вченою радою університету, рекомендовано для використання в освітньому процесі протягом 5 років. 22.08. 2024 р., протокол №12.

Метою викладання навчальної дисципліни «Туроперейтинг» є засвоєння теоретичних положень та надбання практичних навичок з управління і реалізації управлінських рішень, характерних для туристичної діяльності, формування навичок планування і організації діяльності туристичних підприємств, мотивації і контролю роботи персоналу, опанування методами аналізу і оцінки ефективності управлінських рішень в сучасних умовах функціонування туристичного ринку.

Загальні компетентності:

K04. Здатність до критичного мислення, аналізу та синтезу.

K06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

K08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

K09. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

K18. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

K19. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

K20. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.

K22. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів

Програмні результати навчання:

ПРН01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.

ПРН02. 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.

ПРН03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

ПРН04. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.

ПРН05. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.

ПРН 6. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.

ПРН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПРН 8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.

ПРН 9. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПРН 10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем

(адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПРН14. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.

ПРН19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПРН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

ПРН 22. Професійно виконувати завдання в невизначених і екстремальних ситуаціях.

ПРН 23. Складати та узгоджувати план власного дослідження і самостійно збирати матеріали за визначеними джерелами.

ПРН24. Використовувати різноманітні інформаційні джерела для повного та всебічного встановлення певних обставин.

ПРН25. Знати та використовувати у професійній діяльності тенденції розвитку курортної справи.

Передумови для вивчення навчальної дисципліни (міждисциплінарні зв'язки): Вивчення навчальної дисципліни «Туроперейтинг» здійснюється після засвоєння здобувачами знань з навчальних дисциплін «Географія туризму», «Туристичне країнознавство», «Організація туристичних подорожей», «Туристичні ресурси», «Маркетинг в туризмі», «Менеджмент в туризмі», «Рекреаційна географія», «Рекреологія», «Рекреаційні комплекси світу».

Результати вивчення навчальної дисципліни «Туроперейтинг»

Відповідно до вимог освітньо-професійної програми, здобувачі вищої освіти повинні:

Мета та завдання навчальної дисципліни

Дисципліна «Туроперейтинг» призначена для: вивчення теоретико-методологічних засад туристичної діяльності, основних категорій загальної міждисциплінарної науки регіональна економіка; визначення основних функцій та форм туристичної діяльності, особливостей та характерних рис розміщення продуктивних сил; визначення сутності створення, організації та практичної діяльності місцевого самоврядування; визначення ролі і місця ринкового середовища в господарському комплексі; вивчення основних концептуальних підходів щодо реформування туристичної діяльності.

Мета набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічні навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпаketу, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпаketів; організації обслуговування туристів.

Завдання 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 програм туристичного обслуговування.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- формування пакетних та індивідуальних програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації, (регіону, району, країни);

- формування взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку, нормативно-правове забезпечення співпраці;

- моделювання програм туристичного обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристичних атракцій;

- визначення мотивації подорожей та удосконалення процесів надання туристичних та паратуристичних послуг в пакетних турах, тощо.

вміти:

- застосовувати графоаналітичні моделі програм туристичного обслуговування;

- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;

- розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення активності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії, забезпечення їх нормативно-правовою базою;

- правила та порядок оформлення туристичних документів, виконання туристичних формальностей.

Обсяг навчальної дисципліни: Додатки 1.1, 1.2.

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Технологія туроперейтингу та турпроекування

Тема 1. Основи туроперейтингу.

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.

Етапи розвитку туроперейтингу. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора. Предмет діяльності туроператора. Профіль роботи туроператора. Схема організації роботи туроператора по розробці і реалізації туристського продукту.

Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів. Оператори масового ринку. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послуді і сегменті ринку. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Місцеві туроператори. Організація турів для внутрішнього туризму. Виїзні (ініціативні) туроператори. Рецептивні туроператори.

Функції туроператорів та турагентів.

Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макрорегіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристичної індустрії. Геопросторова організація світового туристичного ринку.

Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.

Зовнішні та внутрішні фактори туropolерейтинга. Оцінка їх впливу.

Тема 2. Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі.

Організація туropolераторського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туropolераторської та турагентської діяльності.

Регуляторні вимоги щодо організації туropolераторського та тур-агентського бізнесу. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їх місце у структурі каналів збуту.

Типова організаційна структура туropolератора: взаємозв'язок роботи підрозділів.

Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів. Види агентів. Агентські мережі. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.

Формування збутової мережі туropolераторів. Формування збутової мережі. Канали просування і реалізації турпродукту. Форми організації збуту туристського продукту. Роль турагентств в турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туropolератором. Характер контрактних стосунків між туropolератором і турагентством. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.

Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг. Тлумачення терміна «аквізитор». Джерела аквізиції туристів. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

Тема 3. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.

Зміст робіт з турпроекування. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туropolераторів. Диференціація пропозицій туropolератора.

Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Графоаналітичні моделі програм: обслуговування.

Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей. Схеми роботи туropolератора по реалізації та організації турів.

Позиціонування турів та туropolераторів на конкурентному ринку. Визначення портрета споживача й потреб туристів.

Стадії планування туристського пакета. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками. Принципи вибору місць прийому. Послідовність робіт по вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення; засоби розміщення; тривалість туру.

Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.

Програма туристичного обслуговування. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів. Основні етапи розробки туристичного продукту. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова та ін.

Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму з точки зору: туристського менеджменту; туристського маркетингу; технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів.

Розроблення туру та калькулювання його вартості. Бонусні програми туropolераторів.

Тема 4. Правила формування програм перебування туристів.

Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів». Види програмних заходів та їх характеристика. Елементи програми туристичного обслуговування.

Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Умови і принципи розробки туру. Вербальна модель туру. Процес розробки.

Правила розроблення програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.

Перелік робіт зі створення туристичної пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.

Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.

Порядок та етапи розробки турпродукта. Основні і специфічні потреби туристів. Початкова диференціація туристських поїздок. Споживчі властивості туру.

Змістовий модуль 2. Прикладний туроперейтинг.

Тема 5. Рецептний туроперейтинг.

Поняття та зміст рецептного туроперейтинга. Ресурси рецептного туроперейтинга. Туристичні ресурси рецептного туроперейтинга в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептного туроперейтинга. Види туризму рецептного українського туроперейтинга.

Диференціація пропозицій рецептних туроператорів. Позичування турів і туроператорів на ринку.

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

Формування каталогу пропозицій рецептного туроператора. Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептних туроператорів.

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

Тема 6. Ініціативний туроперейтинг.

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 пропозиції, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

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

Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора у процесі обслуговування та надання туристичних послуг.

Брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туроператора.

Тема 7. Консолідований туроперейтинг.

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

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

Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

Формування договірної плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент. Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць в підприємствах туриндустрії. Комітмент.

Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.

Тема 8. Організація туристичних подорожей туроператором.

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

Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.). Типова форму (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Наземне обслуговування. Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

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

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

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

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

Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Оцінювання якості послуг за критеріями. Якісна характеристика пакетного туру та параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

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

Форма підсумкового контролю успішності навчання

Підсумковий контроль – це перевірка рівня засвоєння знань, навичок, вмінь та інших компетентностей за певний період навчання (навчальний семестр, навчальний рік).

З навчальної дисципліни «Туроперейтинг» передбачено:

- для денної форми навчання – екзамен;
- для заочної форми навчання – екзамен.

Політика курсу, критерії та засоби оцінювання успішності навчання

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».

Поточна атестація зі змістового модулю 1 проводиться після вивчення теми № 4 у вигляді контрольної роботи (теми 1-4).

Підсумковий контроль по змістовому модулю 2 проводиться після вивчення теми № 8 у вигляді контрольної роботи (теми 5-8).

Критерії переведення оцінок за 100-бальною шкалою у національну шкалу та шкалу ЄКТС

Оцінка	Оцінка за	Оцінка за шкалою ЄКТС
--------	-----------	-----------------------

в балах	національною шкалою (екзамен /залік)	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 носять 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.

Розподіл балів, які отримують студенти

ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ		
Поточний контроль (ПК)		Підсумковий контроль ЗАЛІК (3)
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота	
≤ 40	≤ 20	

≤ 60		≤ 40	
Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК+ З ≤ 100			
ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ			
Поточний контроль (ПК)		Підсумковий контроль ЗАЛІК (З)	
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота		
≤ 20	≤ 40		
≤ 60		≤ 40	
Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК+ З ≤ 100			

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
різноманітних видів навчальної роботи
(поточний контроль; письмові роботи; тестування;
індивідуально-дослідні завдання; самостійні завдання; практичні
завдання)**

Метод демонстрування результатів навчання	Бал
1. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №1 на тему «Основи туроперейтингу»	2...3
2. Оглядовий реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №1	2...3
3. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №1	2...3
4. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №2 на тему «Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі»	2...3
5. Усний виступ на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №2	2...3
6. Есе по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №2	2...3
7. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №3 на тему «Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту»	2...3
8. Оглядовий реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №3	2...3
9 Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №3.	2...3
10. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №4 на тему «Правила формування програми перебування туристів»	2...3
11. Інформативний реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №4	2...3

Метод демонстрування результатів навчання	Бал
12. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №4	2...3
13. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №5 на тему «Рецептивний туropolерейтинг»	2 3
14. Усна доповідь на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №5	2...3
15. Есе по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №5	2...3
16. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №6 на тему «Ініціативний туropolерейтинг»	2...3
17. Інформативний реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №6	2...3
18. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №6	2...3
19. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №7 на тему «Консолідований туropolерейтинг»	2...3
20. Інформативний реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №7	2...3
21. Есе по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №7	2...3
22. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №8 на тему «Організація туристичних подорожей туropolератором»	2...3
23. Усна доповідь на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №8	2...3
24. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №8	2...3
Комплексно-практичне індивідуальне завдання (КПЗ) (передбачає 12-28 заохочувальних балів, що враховують змістовність, обґрунтованість, оригінальність та якість оформлення виконаного завдання)	12...28
Разом	60...100

«Критерії оцінювання аудиторної роботи у вигляді усної відповіді здобувачів»

ПОЯСНЕННЯ	
3	Питання, винесені на розгляд, засвоєні у повному обсязі; на високому рівні сформовані необхідні практичні навички та вміння; всі навчальні завдання, передбачені планом заняття, виконані в повному обсязі. Під час заняття продемонстрована стабільна активність та ініціативність. Відповіді на теоретичні питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань ґрунтується на глибокому знанні предметної області навчальної дисципліни

2	Питання, винесені на розгляд, у цілому засвоєні ; практичні навички та вміння мають поверхневий характер , потребують подальшого напрацювання та закріплення; навчальні завдання, передбачені планом заняття, виконані , деякі види завдань виконані з помилками .
0	Відсутність на занятті

Для навчальної дисципліни «Туроперейтинг» засобами діагностики знань (успішності навчання) виступають:

- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів комплексно-практичного індивідуального завдання;
 - студентські презентації та виступи на наукових заходах;
 - залік;
 - інші види індивідуальних та групових завдань.

Для здобувачів, які навчаються за індивідуальним графіком або мають академічні заборгованості за іншими (підтвердженими документально) обставинами передбачено окремий вид роботи.

Комплексно-практичне індивідуальне завдання (КПЗ) – це вид індивідуальної позааудиторної роботи студента, яка виконується самостійно під керівництвом викладача. Як правило, індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом. Формою контролю індивідуальної роботи студента є перевірка виконання теоретичного і практичного завдання. Мета КПЗ: самостійне опрацювання програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчального курсу та розвиток навичок самостійної роботи з чинним законодавством. Вимоги до КПЗ: КПЗ виконується у формі письмової роботи, яка передбачає виконання теоретичного і практичного завдання у формі розв’язання задачі. Працюючи індивідуально студенти повинні продемонструвати вміння правильно застосовувати теоретичний матеріал на практиці Виконання КПЗ є однією із форм перевірки знань студентів, що сприяє закріпленню і поглибленому засвоєнню знань з навчальної дисципліни. Робота повинна включати також теоретичне та практичне підґрунтя виконання індивідуального завдання, тобто має бути складений перелік джерел інформації, які застосовувалися під час виконання роботи. Також до роботи можуть бути долучені ксерокопії основних наукових публікацій за темою КПЗ. КПЗ є одним із залікових модулів, тому оцінюється і впливає на загальну (підсумкову) оцінку. Завершене КПЗ подається у роздрукованому та електронному варіантах викладачу, який читає лекційний курс та приймає залік з даної дисципліни не пізніше, ніж за 2 тижні до дня заліку. Максимальна кількість балів за таку роботу – 28.

**Інформаційне та методичне забезпечення навчальної дисципліни
(рекомендовані джерела інформації)**

*Додаток 2 (оновлюється в разі
необхідності) до Робочої програми з
навчальної дисципліни*

Додаток 1.1.

Проректор з навчальної та наукової роботи Дніпровського гуманітарного університету

Тетяна АЛФЬОРОВА
2024

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

(назва навчальної дисципліни)
Освітній ступінь **бакалавр** Спеціальність **242 Туризм**
(назва ступеня вищої освіти) (шифр і назва)

на 2024/2025 навчальний рік
Форма навчання **ДЕННА** Обсяг **4** кредит ЄКТС **120** годин
Факультет(-и) **ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**
(назва факультету (-ів))

Курс **4** Групи _____

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	З а г а л ь н и й о б с я г г о д и н	Аудиторна робота				Самостійна та індивідуальна робота
			В с ь о г о	Л е ц і ї	С е м і н а р и	П р а к т и ч н і з а н я т т я	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема.1 Основи туropolерейтингу	15	6	2	2	2	9
2	Тема 2. Туropolерейтинг та агентський бізнес в Україні	15	6	2	2	2	9
3	Тема 3. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту	15	6	2	2	2	9

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна індивідуальна робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практика	
1	2	3	4	5	6	7	8
4	Тема 4. Правила формування програми перебування туристів	15	6	2	2	2	9
5	Тема 5. Рецептивний туropolерейтинг	15	6	2	2	2	9
6	Тема 6. Ініціативний туropolерейтинг	15	6	2	2	2	9
7	Тема 7. Консолідований туropolерейтинг	15	6	2	2	2	9
8	Тема 8. Організація туристичних подорожей туropolератором	15	6	2	2	2	9
	Разом за семестр	120	48	16	16	16	72
	Форма підсумкового контролю	екзамен					

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

Додаток 1.2.
до Робочої програми з навчальної
дисципліни

Проректор з навчальної та
наукової роботи Дніпровського
гуманітарного університету

Тетяна АЛФЬОРОВА
2024

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь **бакалавр** Спеціальність
(назва ступеня вищої освіти) 242 Туризм

на 2024/2025 навчальний рік

Форма навчання **ЗАОЧНА** Обсяг **4**
Факультет(-и) **ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**
(назва факультету (-ів))

Курс **5** Групи

№ т е м и з г і д н о з Р П Н Д	Назва теми (згідно з РПНД)	З а г л о б н и й о б с я г о д и н	Аудиторна робота				Сам ості йна та інди віду альн а роб ота
			В с ь о	Л е к ц і ї	С е м і н а р и	П р а к т и ч н і з а н я т я	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема 1. Основи туropolерейтингу	24	2	2			22
2	Тема 2. Туropolерейтинг та агентський бізнес в Україні	24	2		2		22

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна індивідуальна робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практика	
1	2	3	4	5	6	7	8
3	Тема 3. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту	24	2		2		22
4	Тема 4. Правила формування програми перебування туристів	24	2		2		22
5.	Тема 5. Рецептивний туроперейтинг	24	2		2		22
	Разом за семестр		10	2	8		110
	<i>Разом за навчальний рік</i>	120	10	2	8		110
	Форма підсумкового контролю	екзамен					

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній
ступінь

Бакалавр

Спеціальність

**242 ТУРИЗМ І
РЕКРЕАЦІЯ**

(назва ступеня вищої
освіти)

(шифр і назва)

на 2024/2025 навчальний рік

1. Законодавча та нормативно-правова література:

1. Конституція України (офіц. текст за станом на 1 січня 2006 р.) / Верховна Рада України. – К.: Мін-во Юстиції України, 2006. – 124 с. .
2. Господарський кодекс України (офіц. текст: за станом на 20 січня 2007 р.) / Верховна Рада України. – Х.: Одиссей, 2007. – 240с.
3. Кодекс законів про працю України з постатейними матеріалами (офіц. текст за станом на 1 черв. 2006 р.) / Верховна Рада України. – К.: Юрінком Інтер, 2006. – 306 с.
4. Про курорти: [закон України : від 5 жовтня 2000 р. № 2026-III] // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 50. – 435 с.
5. Про туризм: [Закон України : від 15 вересня 1995 р. № 325/95-ВР]// Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / [упоряд. Д.І. Басюк, В.С. Заєць]. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – С.5-38.
6. Положення про порядок створення та функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів : [постанова КМУ : від 22 травня 1996 р. № 549] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/549-96-p>.
7. ГОСТ 28681.2-95. Туристско-экскурсионное обслуживание туристские услуги. Общие требования // Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / [упоряд. Д.І. Басюк, В.С. Заєць]. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – С113-116.
8. ГОСТ 28681.1-95. Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг // Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / [упоряд. Д.І. Басюк, В.С. Заєць]. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – С. 117-132.
9. ГОСТ 28681.3-95. Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Обеспечение безопасности туристов // Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / [упоряд. Д.І. Басюк, В.С. Заєць]. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – С.133-141.

2. Основна:

1. Шаповал В.М., Юрчишина Л.І. Туроперейтинг. 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.
6. Редько В.Є. Аналіз діяльності підприємств туризму: навч. посіб. / В.Є. Редько, К.А. Панасюк. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2015. – 242 с.
7. Брич В.Я., Гарбера О.Є., Гугул О.Я. Туроперейтинг : підручник. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 440 с.

3. Додаткова:

1. Ведмідь Н.І., Михайліченко Г.І. Курортний туроперейтинг: опорний конспект лекцій. К.: КНТЕУ, 2016. 202 с.
2. Гаврилук А.М. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір. Монографія. К:Видавництво ЛіраК., 2020. 428с.
3. Туристичні кластери: монографія авторів кафедри туризму та рекреації за заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 184 с.
4. Домбровська С. М. Опорний конспект лекцій з курсу «Туроперейтинг» для студентів всіх форм навчання напряму підготовки 242 «Туризм» - Харків: НУЦЗУ, 2018 – 249 с.

3. Інформаційні ресурси

1. Міністерство економіки України. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.
2. Державний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Нормативні акти України. – Режим доступу: www.nau.kiev.ua.
4. Верховна Рада України . – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
5. Державна служба туризму і курортів. – Режим доступу: <http://tourism.gov.ua> .
6. -Законодавство України - www.zakon.gov.ua;
7. Верховна Рада України www.rada.gov.ua
8. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс] – режим доступу www.world-tourism.org

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

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

**КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕТОРАННОГО
БІЗНЕСУ**

**ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ (ПРАКТИЧНИХ) ЗАНЯТЬ НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ**

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Освітній ступінь **бакалавр** (назва навчальної дисципліни) Спеціальність **242 ТУРИЗМ**
(назва ступеня вищої освіти) (шифр і назва)

Освітня програма **ТУРИЗМ**
(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)
наказ №51-02 від 10.06.2021

Форма навчання **денна**
(денна/заочна)
у 2024/2025 навчальному році

Плани семінарських (практичних)
занять обговорені та схвалені
на засіданні кафедри
22.07.2024 р., протокол №12
Завідувач кафедри



(підпис) Тетяна Тесленко

Туроперейтинг // Плани семінарських (практичних) занять для денної форми навчання. Дніпро: ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2025р. _____с.

РОЗРОБНИК(-И):

Тесленко Т. В., доцент кафедри економіки та менеджменту туристичної діяльності, кандидат економічних наук, доцент

ТЕМА 1.

Семінарське заняття № 1 (1 год)

План.

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

Суб'єкт управління, об'єкт управління, система управління, зовнішні зв'язки, система менеджменту; категорії «менеджмент», «управління», «управлінські відносини» в туризмі

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: систематизація теорій управління та їх періодизація

Практичне заняття № 1 (2 год)

ТЕМА 1. Формування та розвиток теорії управління

Завдання для самостійної роботи до Теми 1:

1. Характеристика впливу суспільних систем на туристичну сферу.
2. Функції туризму, їх зміст.
3. Характеристика впливу туризму на економіку.
4. Виробнича та накопичувальна функції туризму.
5. Сутність прямого та непрямого ефекту зайнятості населення від здійснення туристичної діяльності.
6. Ефект згладжування і нівеляції платіжного балансу від здійснення туристичної діяльності.
7. Візитний менеджмент, його інструментарій.
8. Соціальна сфера як зовнішнє середовище туризму.
9. Наслідки взаємодії різних культур в туризмі.
10. Вплив політики і технології на розвиток туризму

Індивідуальні завдання до Теми 1:

1. Написати оглядовий реферат на тему «Школа наукового управління Фрідеріка Тейлора та Френка і Ліліан Гілбрейтів (1856-1920 рр.)».
2. Написати інформативний реферат на тему «Школа «фордизму» (1899-1945 рр.)»
3. Підготувати оглядовий реферат на тему «Школа керування виробничими процесами для підвищення їх ефективності (продуктивності праці) Г. Емерсона (1900-1920 рр.)».
4. Підготувати інформативний реферат на тему «Теорія бюрократії Макса Вебера (1900-1920 рр.)»
5. Написати інформативний реферат на тему «Класична (адміністративна) школа управління Анрі Файоля (1920-1950 рр.)»
6. Підготувати оглядовий реферат на тему «Школа людських стосунків Елтона Мейо (1930-1950 рр.)»
7. Написати інформативний реферат на тему «Школа поведінських наук Дугласа Мак-Грегора (з 1950 р. до сьогодні)»
8. Принципи управління, які відповідали особливостям планово-адміністративної системи господарювання
9. Написати оглядовий реферат на тему «Морально-етичні норми та

соціальна відповідальність в менеджменті, зазначені Фрідріх-Авуст фон Гаєком (з 1950 р. до сьогоднішнього дня)»

10. Відобразити схему діджиталізації управлінських процесів
11. Написати оглядовий реферат на тему «Розвиток управлінської науки в Україні».

Рекомендована література до Теми 1:

1. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
2. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.] ; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с. 1213. Допоміжна
3. Менеджмент туризму: підручник / В.К. Кіптенко. К.: Знання, 2010. 502 с. 2.
4. Менеджмент туристичної галузі : підручник / О.М. Білоусов, О.Є. Лугінін, О.С. Морозова, Л.В. Соколова. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – 580 с.
5. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова ; КУТЕП. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.
6. Бабарицька, В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб./ В.К.Бабарицька, О.Ю.Малиновська.– 2-е вид., перероб. та доп.– К.: Альтерпрес, 2008.–288 с.
7. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент : підручник / А. Л. Бобровський. – К. : Академія, 2009. – 585 с.
8. Балашова, Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 184 с.

ТЕМА 2. Структура управління туризмом

Семінарське заняття № 2 (1 год)

План.

1. Підприємства туристичного бізнесу як складна організаційна структура.
2. Організаційна структура як інструмент досягнення стратегічних цілей підприємства.
3. Організаційна культура туристичного підприємства, її значення.
4. Організація і ієрархічна побудова процесів управління в організаціях сфери туризму.
5. Сутність управління туристичною структурою.

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

Ланки, рівні, зв'язки структури управління, типи рівнів управління, поняття та складові організаційної структури управління

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: будувати організаційну структуру управління туристичним підприємством

Практичне заняття № 2 (2 год)

ТЕМА 2. Побудова організаційної структури управління туристичним підприємством

Завдання для самостійної роботи до Теми 2:

1. Надати характеристику основних типів організаційних структур в туризмі
2. Зробити прогноз організаційної структури туристичного підприємства
3. Проаналізувати аспекти формування організаційних структур.
4. Фактори, що впливають на вибір організаційних структур управління туристичним підприємством, методика їх прогнозування

Індивідуальні завдання до Теми 2:

1. Побудувати лінійну структуру організації, пояснити її переваги та недоліки.
2. Побудувати функціональну структуру організації, пояснити її переваги та недоліки.
3. Побудувати лінійно-функціональну структуру організації, пояснити її переваги та недоліки.
4. Розглянути основні організації що допомагають розвитку туризму в світі.
5. Розглянути ринкову модель розвитку туризму.
6. Розглянути особливості європейської моделі розвитку туризму

Рекомендована література до Теми 2:

1. Василенко, В. О. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – К. : Освіта України, 2012. – 508 с.
2. Время для компании. Корпоративный тайм-менеджмент / Г. Архангельский, Л. Богуш, Н. Васильева [и др.] ; под ред. Н. Ханановой. – К. : А. Капуста, 2011. – 180 с.
3. Гевко, І. Б. Операційний менеджмент : навч. посіб. / І. Б. Гевко. – К. : Кондор, 2005. – 228 с.
4. Дядечко, Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. – К. : ЦУЛ, 2007. – 224 с.
5. Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
6. Мальська, М. П. Організація та планування туристичних підприємств : теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : ЦУЛ, 2012. – 248 с.
7. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
8. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.]; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.

ТЕМА 3. Функції та принципи менеджменту в туризмі

Семінарське заняття №3 (1 год.)

План.

1. Процес управління і характеристика основних функцій менеджменту.
2. Поняття та зміст функції і процесу управління.
3. Загальні функції: планування, організація, мотивація, контроль.
4. Характеристика та закономірності взаємозв'язку функцій менеджменту

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

Мета, місія, метод, стратегія, принципи менеджменту, функції менеджменту, організація та організування, контроль, контролювання, регулювання, мотивування

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: формулювання та розробка основних та допоміжних функцій менеджменту туристичного підприємства

Практичне заняття №3 (2 год.)

ТЕМА 3. Сучасні форми організації заробітної плати

Завдання для самостійної роботи до Теми 3:

1. Основні принципи управління.
2. Поняття принципів управління.
3. Групи принципів управління.
4. Загальні та приватні принципи управління туристичним підприємством, їх характеристика.
5. Організація заробітної плати в Україні.
6. Пояснити функцію планування в менеджменті туристичної діяльності та види робіт, що входять до її складу
7. Пояснити сутність організаційної функції управління туризмом
8. Пояснити функцію мотивування в організації в сучасних умовах
9. Пояснити функцію мотивування в менеджменті туристичної діяльності
10. Пояснити функцію контролювання (регулювання) в менеджменті туристичної діяльності

Індивідуальні завдання до Теми 3:

1. Підготувати інформативний реферат на тему «Формування систем морального стимулювання на українських підприємствах»
2. Підготувати оглядовий реферат на тему «Прикладне значення процесійної теорії очікування В. Врума»
3. Схематично відобразити тарифну систему та її елементи
4. Скласти схему, що ілюструє форми та системи оплати праці
5. Схематично відобразити відрядну форму оплати праці та її системи
6. Схематично відобразити погодинну форму оплати праці та її системи
7. Схематично відобразити акордну форму оплати праці
8. Схематично відобразити форми комісійної оплати праці
9. Навести фрагмент Єдиної тарифної системи, письмово пояснити її сутність і призначення

Рекомендована література до Теми 3:

1. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
2. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.] ; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с. 1213. Допоміжна
3. Менеджмент туризму: підручник / В.К. Кіптенко. К.: Знання, 2010. 502 с. 2.
4. Менеджмент туристичної галузі : підручник / О.М. Білоусов, О.Є. Лугінін, О.С. Морозова, Л.В. Соколова. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – 580 с.

5. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова ; КУТЕП. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.

6. Бабарицька, В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб./ В.К.Бабарицька, О.Ю.Малиновська.– 2-е вид., перероб. та доп.– К.: Альтерпрес, 2008.–288 с.

7. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент : підручник / А. Л. Бобровський. – К. : Академія, 2009. – 585 с.

8. Балашова, Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 184 с.

ТЕМА 4. Мотивація в туризмі і мотиви подорожей

Семінарське заняття №4 (1 год.)

План.

1. Мотиваційні аспекти в туризмі, їх класифікація.
2. Зміст мотивації подорожей в туризмі.
3. Значення інформації про мету та мотиви подорожі.
4. Систематизація причин (мотивів) подорожей.
5. Характеристика етапів прийняття рішення про покупку туристичного продукту та бар'єрів подорожі

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

мотив, мотивація, подорож, потреби, престиж, статус

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: організація заробітної праці як функції мотивації туристичного підприємств

Практичне заняття №4 (2 год.)

ТЕМА 4. Функція мотивації, її сутність і значення. Розробка кейсів щодо застосування різних методів мотивації

Завдання для самостійної роботи до Теми 4:

1. Змістовні і процесуальні теорії мотивації.
2. Змістовні теорії мотивації, або ієрархія потреб по Маслоу.
3. Теорія потреб Мак Клеелланда, характеристика її типів потреб.
4. Двохфакторна теорія Герцберга.
5. Основні процесуальні теорії мотивації: теорія очікувань, теорія справедливості і модель Портеру – Лоулера, їх сутність та зміст

Індивідуальні завдання до Теми 4:

1. Пояснити фізичну мотивацію та її складові.
2. Пояснити психологічну мотивацію туризму, її головні причини.
3. Пояснити міжособову мотивацію і соціальні контакти.
4. Пояснити роль культурної мотивації в туризмі.
5. Пояснити мотивацію престижу і статусу, її основна мета.

Рекомендована література до Теми 4:

1. Василенко, В. О. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – К. : Освіта України, 2012. – 508 с.
2. Время для компании. Корпоративный тайм-менеджмент / Г. Архангельский, Л. Богуш, Н. Васильева [и др.] ; под ред. Н. Ханановой. – К. : А. Капуста, 2011. – 180 с.
3. Гевко, І. Б. Операційний менеджмент : навч. посіб. / І. Б. Гевко. – К. : Кондор, 2005. – 228 с.
4. Дядечко, Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. – К. : ЦУЛ, 2007. – 224 с.
5. Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
6. Мальська, М. П. Організація та планування туристичних підприємств : теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : ЦУЛ, 2012. – 248 с.
7. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
8. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.]; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.

ТЕМА 5. Функція контролю в системі управління туристичним підприємством

Семінарське заняття №5 (1 год)

План.

1. Види та етапи контролю в туризмі.
2. Види попереднього контролю: діагностичний і терапевтичний.
3. Характеристика поточного і завершального контролю.
4. Основний зміст етапів в процедурі контролю.
5. Розробка стандартів та коректування дій відповідно до встановлених вимог

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

контроль, контролювання

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: розробка етапів проведення контролю на туристичному підприємстві

Практичне заняття №5 (2 год)

ТЕМА 5. Сучасні методи контролю якості на підприємствах туризму

Завдання для самостійної роботи до Теми 5:

1. Зміст функції контролю та поняття «контроль».
2. Сутність контролю в менеджменті.
3. Функція контролю в управлінській діяльності.
4. Система контролю, її роль в процесі управління.
5. Зворотній зв'язок у системі контролю.

Індивідуальні завдання до Теми 5:

1. Пояснити ефективність контролю і ефект його впливу на людей.
2. Обґрунтувати виконання завдань та визначення меж контролю

3. Розробити етапи проведення контролю на туристичному підприємстві

Рекомендована література до Теми 5:

1. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
2. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.] ; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с. 1213. Допоміжна
3. Менеджмент туризму: підручник / В.К. Кіптенко. К.: Знання, 2010. 502 с. 2.
4. Менеджмент туристичної галузі : підручник / О.М. Білоусов, О.Є. Лугінін, О.С. Морозова, Л.В. Соколова. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – 580 с.
5. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова ; КУТЕП. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.
6. Бабарицька, В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб./ В.К.Бабарицька, О.Ю.Малиновська.– 2-е вид., перероб. та доп.– К.: Альтерпрес, 2008.–288 с.
7. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент : підручник / А. Л. Бобровський. – К. : Академія, 2009. – 585 с.
8. Балашова, Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 184 с.

ТЕМА 6. Стиль і методи управління туристичною фірмою

Семінарське заняття №6 (1 год.)

План.

1. Сутність поняття «стиль управління» та його особливості в туристичній діяльності.
2. Сутність авторитарного, демократичного та ліберального стилів.
3. Технології прийняття управлінських рішень.
4. Методи менеджменту, основні підходи до їх використання.

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню: стиль, особистість, керівник, рішення, метод, підхід, стиль управління, демократія, самоврядування

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: впровадження обґрунтованих методів менеджменту в їх оптимальному поєднанні; обрання стилю керівництва, який сприятиме підвищенню ефективності діяльності туристичного підприємства.

Практичне заняття №6 (2 год.)

ТЕМА 6. Розробка заходів з формування іміджу підприємства туризму: основні складові, значення та стратегія просування

Завдання для самостійної роботи до Теми 6:

1. Єдність методів і стилю управління
2. Індивідуальний «почерк» керівника
3. Критерії вибору стилю управління

4. Характеристика стилів управління та прийняття рішень
5. Роль самоврядування в організаціях
6. Поняття, сутність та характер самоврядування

Індивідуальні завдання до Теми 6:

1. Розкрити різновиди особових профілів рішень
2. Пояснити сутність організаційно-адміністративних методів управління, їх зміст, мету та завдання.
3. Пояснити сутність економічних методів управління, їх зміст, мета та завдання.
4. Пояснити сутність соціально-психологічних методів управління, їх зміст, мету та завдання.

Рекомендована література до Теми 6:

1. Василенко, В. О. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – К. : Освіта України, 2012. – 508 с.
2. Время для компании. Корпоративный тайм-менеджмент / Г. Архангельский, Л. Богуш, Н. Васильева [и др.] ; под ред. Н. Ханановой. – К. : А. Капуста, 2011. – 180 с.
3. Гевко, І. Б. Операційний менеджмент : навч. посіб. / І. Б. Гевко. – К. : Кондор, 2005. – 228 с.
4. Дядечко, Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. – К. : ЦУЛ, 2007. – 224 с.
5. Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
6. Мальська, М. П. Організація та планування туристичних підприємств : теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : ЦУЛ, 2012. – 248 с.
7. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
8. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.]; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.

ТЕМА 7. Управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств на основі брендінгу

Семінарське заняття №7 (1 год.)

План.

1. Стратегії управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств.
2. Ресурси та стратегічні напрями діяльності туристичної організації як її конкурентні переваги
3. Характеристика напрямів діяльності організації по досягненню конкурентних переваг і можливих ризиків
4. Управління брендом підприємства сфери туризму

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:
конкурентоспроможність, бренд, брендінг, імідж, стратегія

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: визначати конкурентні переваги організації індустрії туризму; управляти брендом підприємства сфери туризму

Практичне заняття №7 (2 год.)

Тема 7. Визначення конкурентних переваг організації індустрії туризму.

Завдання для самостійної роботи до Теми 7:

1. Визначення конкурентних переваг організації індустрії туризму.
2. Аналіз процесу управління брендами на підприємствах індустрії туризму
3. Розробка та характеристика стратегій брендінгу
4. Складові конкурентоздатного бренду для туристичних послуг.
5. Чинники, що перешкоджають розвитку брендінгу в Україні
6. Використання брендінгу як умови посилення конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Індивідуальні завдання до Теми 7:

1. Описати види стратегій конкурентних переваг організації: стратегія лідируючих позицій за витратами, стратегія диференціації, стратегія концентрації (фокусування), стратегія раннього виходу на ринок, стратегія інтеграції.
2. Проаналізувати стратегії вибору назви бренду, їх переваги і недоліки.
3. Розкрити принципи формування конкурентоздатного бренду в індустрії туризму.
4. Пояснити стратегію диференціації та її види: продуктової, сервісної, персоналу, іміджевої.
5. Розробити модель вироблення стратегії диференціації бренду організації індустрії туризму.

Рекомендована література до Теми 7:

1. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
2. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.] ; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с. 1213. Допоміжна
3. Менеджмент туризму: підручник / В.К. Кіптенко. К.: Знання, 2010. 502 с. 2.
4. Менеджмент туристичної галузі : підручник / О.М. Білоусов, О.Є. Лугінін, О.С. Морозова, Л.В. Соколова. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – 580 с.
5. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова ; КУТЕП. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.
6. Бабарицька, В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб./ В.К.Бабарицька, О.Ю.Малиновська.– 2-е вид., перероб. та доп.– К.: Альтерпрес, 2008.–288 с.
7. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент : підручник / А. Л. Бобровський. – К. : Академія, 2009. – 585 с.
8. Балашова, Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 184 с.

ТЕМА 8. Концептуальні основи управління персоналом для досягнення конкурентних переваг в індустрії туризму

Семінарське заняття №8 (1 год.)

План.

1. Роль персоналу в поліпшенні якості туристичних послуг. Значення персоналу в індустрії туризму
2. Функція управління персоналом
3. Зовнішня та внутрішня сторона корпоративної культури. Рівень корпоративної культури, його сутність та значення у туристичному бізнесі
4. Культура службових відносин як основний параметр корпоративної культури
5. Схеми організації турів: безпосередній контакт з постачальниками всіх туристичних послуг і організація турів за участю посередника.

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

персонал, корпоративна культура, культура, культура службових відносин, модель управління, культури світу, сумісність, співпраця, конкурентна співпраця

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: розуміти концептуальні основи управління персоналом як основу для досягнення конкурентних переваг в індустрії туризму

Практичне заняття №8 (1 год.)

ТЕМА 8. Оцінювання персоналу туристичного підприємства

Завдання для самостійної роботи до Теми 8:

1. Особові якості та вміння персоналу туристичних підприємств як необхідна умова якості обслуговування
2. Визначити взаємозв'язок корпоративної культури і конкурентоспроможності підприємств туризму
3. Виокремити форми впливу корпоративної культури на конкурентоздатність туристичних підприємств
4. Особливості управління персоналом в організаціях індустрії туризму різних країн
5. Формування міжнародних команд в організаціях туристичної сфери

Індивідуальні завдання до Теми 8:

1. Навести вимоги до персоналу туристичної сфери.
2. Пояснити моделі управління якістю турпослуг, їх філософію та відмінності.

3. Проаналізувати основні причини підвищення ефективності використання персоналу туристичних підприємств як важливої складової кінцевого продукту.
4. Розглянути такі групи культур світу: моноактивні, поліактивні, реактивні.
5. Визначити критерії зіставлення різних культур, показник «індивідуалізм – колективізм».
6. Надати характеристику методам вивчення персоналу з погляду сумісності при роботі в міжнародній команді.

Рекомендована література до Теми 8:

1. Василенко, В. О. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – К. : Освіта України, 2012. – 508 с.
2. Время для компании. Корпоративный тайм-менеджмент / Г. Архангельский, Л. Богуш, Н. Васильева [и др.] ; под ред. Н. Ханановой. – К. : А. Капуста, 2011. – 180 с.
3. Гевко, І. Б. Операційний менеджмент : навч. посіб. / І. Б. Гевко. – К. : Кондор, 2005. – 228 с.
4. Дядечко, Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. – К. : ЦУЛ, 2007. – 224 с.
5. Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
6. Мальська, М. П. Організація та планування туристичних підприємств : теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : ЦУЛ, 2012. – 248 с.
7. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
8. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.]; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.

ПИТАННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ (ЕКЗАМЕНУ)

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/послуді 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 послуг, 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 послуг.
29. Тлумачення терміна «аквізитор». Джерела аквізиції туристів.
30. Зміст робіт з турпроекування.
31. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туropolераторів.
32. Диференціація пропозицій туropolератора.
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 туropolератора з реалізації та організації турів.
37. Позиціонування турів та туropolераторів 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 туроперейтинга в Україні. Туристичні центри та DESTИНАЦІЇ рецептивного туроперейтинга.
66. Види туризму рецептивного українського туроперейтинга.
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 пропозиції, 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 структури плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент.
84. Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць у підприємствах туристичної індустрії. Комітмент.
85. Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.
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.