

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
імені О.М. БЕКЕТОВА

СТАНДАРТ ВИЩОЇ ОСВІТИ



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Ректор

В.М. Бабаєв

2014 р.

М.П.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ (ТУРОПЕРЕЙТИНГ)

ПРОГРАМА

нормативної навчальної дисципліни

підготовки бакалавра

галузі знань 1401 Сфера обслуговування


напряму 6.140103 Туризм

(шифр дисципліни за ОПШ ІІІ 1.2.5)

Стандарт чинний з дати затвердження

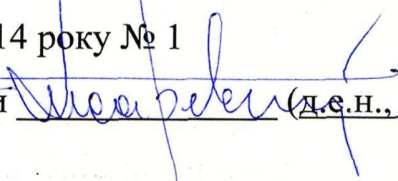
РОЗРОБЛЕНО: Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова

КАФЕДРА: Туризму і готельного господарства

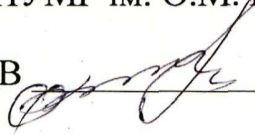
РОЗРОБНИКИ: к.т.н., доц. Погасій С.О. 

Схвалено **випусковою** кафедрою туризму і готельного господарства

Протокол від “28” серпня 2014 року № 1

Завідувач випускової кафедри  (д.с.н., проф. Писаревський І.М.)

Програма відповідає формі Програми навчальної дисципліни, що затверджена
Наказом по ХНУМГ ім. О.М. Бекетова від 24 лютого 2014 р. № 46-01.

Методист НМВ  (д.с.н., проф. Веселко В.В.) “12” 05 2014 р.

Обговорено та рекомендовано до затвердження Науково-методичною радою
факультету менеджменту

Голова Науково-методичної ради  (д.с.н., проф. Писаревський І.М.)

“29” серпня 2014 р., протокол № 1

Цей стандарт не може бути тиражований або відтворений будь яким способом
без письмової згоди ХНУМГ ім. О.М. Бекетова

Вступ

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни «Організація туризму (Туроперейтинг)» складена відповідно до

ГСВО МОН Освітньо-кваліфікаційна характеристика бакалавра з напрямку «Туризм», 2011 р. ;

ГСВО МОН Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра з напрямку «Туризм», 2011 р.;

СВО ХНАМГ Навчальний план підготовки бакалавра напрямку 6.140103-«Туризм», 2011 р.

Предмет вивчення дисципліни: організація туристського бізнесу.

Міждисциплінарні зв'язки:

Дисципліни, що передують вивченню даної дисципліни	Дисципліни, вивчення яких спирається на дану дисципліну
1. Організація туризму (Основи туризмознавства). 2. Організація туризму (Організація туристських подорожей). 3. Організація туризму (Організація анімаційної діяльності). 4. Організація туризму (Організація екскурсійної діяльності).	1. Менеджмент. 2. Маркетинг. 3. Економіка і ціноутворення на підприємствах тур індустрії. 4. Аналіз діяльності підприємств туристської індустрії.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

МОДУЛЬ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ(ТУРОПЕРЕЙТИНГ)

Змістовий модуль 1. Технологія туроперейтингу та турпроекування

Змістовий модуль 2. Прикладний туроперейтинг

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою дисципліни «Туроперейтинг» у системі підготовки фахівців сфери туризму за напрямом «Туризм» є набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу та оволодіння практичними навичками взаємодії суб'єктів туристського ринку з метою створення якісного турпакету, схеми його просування та реалізації; застосування правил формування програм туристського обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Туроперейтинг» є набуття компетентностей на основі засвоєння основних теоретичних положень та придбання необхідних практичних навичок, що дозволяють ефективно

застосовувати основні положення туropolерейтингу в організації дієвої системи взаємодії між всіма суб'єктами туристського ринку: туropolераторів, турагентів, підприємств-виробників туристських послуг з метою створення та реалізації програм туристського обслуговування.

1.3. У результаті вивчення дисципліни «Туropolерейтинг» студент повинен:

знати:

- визначення прав і обов'язків туристів;
- технологію та організацію туристських подорожей;
- ліцензійні умови здійснення туropolераторської діяльності;
- правила та порядок оформлення туристських документів;
- туристські формальності та порядок їх виконання;
- страхування в туризмі;
- умови забезпечення й виконання претензійної роботи в туризмі;
- параметри створення турпродукту підприємства;
- форми аквізиції туристської активності;
- умови бронювання туристського обслуговування, та окремих туристських послуг;
- організацію обліку і контролю надання послуг;
- оформлення туристської звітності;
- визначення та забезпечення безпеки туристських подорожей.

вміти:

- формувати пакетні та індивідуальні програми туристського обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації, (регіону, району, країни);
- організовувати взаємодії між всіма учасниками туристського ринку, формувати нормативно-правове забезпечення співпраці;
- моделювати програми туристського обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристських атракцій;
- застосовувати графо-аналітичні моделі програм туристського обслуговування;
- визначати мотивації подорожей;
- оформлювати туристську документацію;
- організовувати облік і контроль надання послуг;
- організовувати формування звітності туристських підприємств;
- удосконалювати процеси надання туристських послуг в пакетних турах;
- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;
- обґрунтовувати та розробляти основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристської індустрії, організовувати забезпечення їх нормативно-правовою базою.

мати компетентності:

- організації діяльності підприємств туроператорів і турагентств;
- створення, просування та реалізації туристських продуктів на ринку туристських послуг;
- організації роботи туристських підприємств із споживачами туристських послуг;
- здійснення керування роботою туристських підприємств;
- організації взаємодії туристських підприємств з усіма суб'єктами туристського ринку;
- організації туристських подорожей;
- формування пропозицій та розробки заходів щодо підвищення конкурентоспроможності туристських підприємств на ринку туристських послуг;
- використання сучасних технологій та інновацій в туристській діяльності.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 144 години / 4 кредити ECTS.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Технологія туроперейтингу та турпроекування

Тема 1.1. 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/послугі 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 туристського ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макро-регіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристської індустрії. Геопросторова організація світового туристського ринку.

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

Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка їх впливу.

Тема 1.2. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі

Організація туроператорського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.

Регуляторні вимоги щодо організації туроператорського та турагентського бізнесу. Роздрібні й оптові туристські фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту.

Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.

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

Формування збутової мережі туроператорів. 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 тур-оператором. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.

Види та форми інтеграції на ринку туристських послуг.

Тлумачення терміну «аквізитор». Джерела аквізиції туристів. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

Тема 1.3. Технологія створення туристського продукту та формування його асортименту

Зміст робіт з турпроекування. Характеристика асортименту послуг туристської фірми. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора.

Вибір географії подорожей та сегментування та різних туристських ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Графо-аналітичні моделі програм обслуговування.

Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристських подорожей. Схеми роботи туроператора по реалізації та організації турів.

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

стадії планування туристського пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристського обслуговування з постачальниками. Типова тимчасова шкала туроперейтингової програми. Принципи вибору місць прийому. Послідовність робіт по вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення; засобі розміщення; тривалість туру.

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

Програма туристського 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 туристського продукту. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова і 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 туроператорів.

Тема 1.4. Правила формування програм перебування туристів

Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів». Види програмних заходів та їх характеристика. Елементи програми туристського 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 по створенню туристської пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.

Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.

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

Тема 1.5. Організація обслуговування клієнтів в туристському агентстві

Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.

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

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

Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.

Професійні стандарти працівників туристської фірми.

Змістовий модуль 2. Прикладний туроперейтинг

Тема 2.1. Рецептний туроперейтинг

Поняття та зміст рецептного туроперейтингу. Ресурси рецептного туроперейтингу. Туристські ресурси рецептного туроперейтингу в Україні.

Туристські центри та DESTИНАЦІЇ РЕЦЕПТИВНОГО ТУРОПЕЙТИНГУ. Види туризму рецептивного українського туropolейтингу.

Диференціація пропозицій рецептивних туropolейторів.

Позиціонування турів і туropolейторів на ринку.

Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристських послуг. Форми співпраці рецептивних туropolейторів з продуцентами туристських послуг.

Формування каталогу пропозицій рецептивного туropolейтора.

Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туropolейторів.

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

Тема 2.2. Ініціативний туropolейтинг

Оцінка туристського 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 туристського процесу, стан двосторонніх відносин та туристські формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

Мета та критерії оцінювання туристського ринку закордонної країни.

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

Формування каталогу пропозицій ініціативного туropolейтора. Розподіл робіт між службами та підрозділами туropolейтора в процесі обслуговування та надання туристських послуг.

Брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туropolейтора.

Тема 2.3. Консолідований туropolейтинг

Світовий ринок туropolейторів консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туropolейтинг.

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

Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристського обслуговування консолідаторів.

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

Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туropolейторами та турагентами.

Тема 2.4. Організація туристських 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 туристське обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

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

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

Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристських послуг. Правила <1eaсI-1іpe. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.

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

Обов'язки представника туристської компанії за кордоном та його повноваження. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг. 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.

3. Рекомендована література

1. Про туризм: Закон України / в редакції від 2003 р. // zakon.rada.gov.ua
2. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: Вид-во Альтпрес, 2009. – 288 с.
3. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. / Н. М. Ганич, Н. В. Антонюк, М. П. Мальська. – Київ: Знання, 2008 р. – 661 с.
4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности / Е. И. Ильина. – М.: ФИС, 2007. – 480 с.
5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Стратегия и финансы / Е. Н. Ильина. – М.: ФИС, 2005. – 192с.
6. Кусков А.С. Туроперейтинг : учебник. / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : ФОРУМ, 2009. – 400 с.

7. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посіб / О. О Любіцева. – Київ: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
8. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: шкучник / О.О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335с.
9. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: шкучник. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ: Знання, 2008. – 661 с.
10. Михайліченко Г. Л. Практика організації туристичних подорожй: навч. посіб / Г. Л. Михайліченко. – Київ: КНТЕУ, 2003. – 156 с.
11. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Т. Г. Сокол. – Київ: Грамота, 2006. – 264 с.
12. Ткаченко Т. Л. Сталій розвиток туризму: теорія, методолоія, реаліі бізнесу: монографія / Т. Л. Ткаченко. – Київ: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
13. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб / Н. В. Чорненька. – Київ: Атіка, 2006. – 254 с.
14. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме / Д. С. Ушаков. М.: Феникс, 2007.– 288 с.
15. Ушаков Д.С., Инновации в туризме и сервисе. / Д. С. Ушаков, Н. Н. Малахова. – М. : Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 256 с.
16. Ушаков Д. С. Технологии въездного туризма / Д. С. Ушаков, А. Н. Рубаник. – М.: Издательский центр МарТ, Феникс, 2010, – 384 с.
17. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. / Д. С. Ушаков. – Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 448с.
18. Черных Н. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. / Н. Черных. – М.: Сов. спорт, 2002. – 320 с.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання

Формою підсумкового контролю є екзамен.

5. Засоби діагностики успішності навчання

Діагностика успішності навчання здійснюється за допомогою опитування студентів на заняттях, проведення тестування за темами та модулями, а також під час проведення практичних занять з дисципліни, виконання завдань та розрахунково-графічної роботи.

АНОТАЦІЯ

Метою дисципліни є набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу та оволодіння навичками організації взаємодії суб'єктів туристського ринку для створення якісного турпакету, схем його просування та реалізації; застосування правил формування програм туристського обслуговування, документального забезпечення процесів

створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів.

Предмет вивчення дисципліни: організація туристського бізнесу.

Змістові модулі. Технологія туropolерейтингу та турпроекткування: основи туropolерейтингу; туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі; технологія створення туристського продукту та формування його асортименту; правила формування програм перебування туристів; організація обслуговування клієнтів в туристському агентстві. Прикладний туropolерейтинг: рецептивний туropolерейтинг; ініціативний туropolерейтинг; консолідований туropolерейтинг; організація туристських подорожей туropolератором.

ABSTRACT (ANNOTATION)

The purpose of discipline is to acquire knowledge and systematic thinking on the organization of the tour operator business and mastering the skills of interaction of subjects of the tourist market to create high-quality tourist package, charts its progress and implementation; application of the rules of formation of tourist service programs, documentary ensure the creation, acquisition, implementation and planning of tour packages tours; the organization of tourist services.

The subject of the discipline: the organization of tourist business.

Content module. Technology and turopolereytinga turproektuvannya: turopolereytinga bases; turopolereyting and agency business in tourism; technology to create a tourist product and the formation of its range; rules for the program of stay of tourists; Organization of customer service in the travel agency. Applied turopolereyting: turopolereyting receptive; turopolereyting initiative; Consolidated turopolereyting; organization of tourist trips tour operator.

АННОТАЦИЯ

Целью дисциплины является приобретение знаний и системного мышления по организации туropolераторского бизнеса и овладение навыками организации взаимодействия субъектов туристского рынка для создания качественного турпакета, схем его продвижения и реализации; применения правил формирования программ туристского обслуживания, документального обеспечения процессов создания, комплектования, реализации туров и плановых турпакетов; организации обслуживания туристов.

Предмет изучения дисциплины: организация туристского бизнеса.

Содержательные модули. Технология туropolерейтинга и турпроекткування: основы туropolерейтинга; туropolерейтинг и агентский бизнес в туризме; технология создания туристского продукта и формирование его ассортимента; правила формирования программ пребывания туристов; организация обслуживания клиентов в туристском агентстве. Прикладной туropolерейтинг: рецептивный туropolерейтинг; инициативный туropolерейтинг; консолидированный туropolерейтинг; организация туристских поездок туropolератором.