

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**  
дисципліни  
**“ТУРОПЕРЕЙТИНГ”**  
(для бакалаврів)

МАУП

Київ  
ДП “Видавничий дім “Персонал”  
2013

Підготовлено доцентом кафедри організації туристичної діяльності  
*В. В. Баєвим*

Затверджено на засіданні кафедри організації туристичної діяльності  
(протокол № 5 від 29.05.13)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*

**Баєв В. В.** Навчальна програма дисципліни “Туроперейтинг” (для бакалаврів). — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2013. — 24 с.

Методична розробка містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни “Туроперейтинг”, вказівки до виконання контрольної роботи, варіанти контрольних робіт, питання для самоконтролю, а також список рекомендованої літератури.

- © Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2013
- © ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальна програма дисципліни “Туроперейтинг” розроблена для студентів, які навчаються за напрямом 6.140103 “Туризм”.

Навчальна програма розроблена для студентів заочної форми навчання та поєднує в собі робочу програму курсу, завдання та рекомендації до виконання семестрової контрольної роботи.

**Метою** дисципліни “Туроперейтинг” у системі підготовки фахівців сфери туризму за напрямом “Туризм” є: набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічних навичок взаємодії суб’єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпакета, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; набуття навичок з організації обслуговування туристів.

Дисципліна передбачає набуття студентами сучасних теоретичних знань та практичних навичок зі створення дієвої системи взаємодії між всіма суб’єктами туристичного ринку: туроператорів, турагентів, підприємств-виробників туристичних послуг з метою створення та реалізації програм туристичного обслуговування.

**Завданням** вивчення дисципліни “Туроперейтинг” є теоретична та практична підготовка студентів з таких питань:

- 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.

Результатом вивчення дисципліни “Туроперейтинг” стають вміння майбутніх фахівців в індустрії туризму:

- застосовувати графо-аналітичні моделі програм туристичного обслуговування;

- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;
- розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії, забезпечення їх нормативно-правовою базою;
- правила та порядок оформлення туристичних документів, виконання туристичних формальностей;
- набуття професійних знань щодо технології та організації туристичних подорожей; страхування в туризмі; оформлення різних видів туристичних документів; визначення прав і обов'язків туристів, умов забезпечення й виконання претензійної роботи в туризмі; параметрів створення турпродукту підприємства, форм аквізиції туристичної активності, умов бронювання туристичного обслуговування; організації обліку і контролю надання послуг, оформлення туристичної звітності; визначення та забезпечення безпеки туристичних подорожей.

Дисципліна “Туроперейтинг” відповідно до структурно-логічної схеми викладення фахових професійно-орієнтованих дисциплін нормативної частини освітньо-професійної програми підготовки фахівців з туризму напрямку 140103 “Туризм”, викладається після вивчення дисциплін блоку “Основи туризмознавства”; “Історія туризму” та є тим системним курсом, який підсумовує знання, вибудовані дисциплінами організаційного блоку фахової підготовки, а саме: “Організація туристичних подорожей”, “Організація анімаційної діяльності”, “Організація екскурсійної діяльності” та ін.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН**  
**вивчення дисципліни**  
**“ТУРОПЕРЕЙТИНГ”**

№ пор.	Назва змістового модуля і теми
1	2
	<b>Змістовий модуль I. Технологія туроперейтинга та турпроекування</b>
1	Основи туроперейтинга
2	Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі
3	Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту

1	2
4	Правила формування програм перебування туристів
5	Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві
<b>Змістовий модуль II. Прикладний туроперейтинг</b>	
6	Рецептивний туроперейтинг
7	Ініціативний туроперейтинг
8	Консолідований туроперейтинг
9	Організація туристичних подорожей туроператором

**ЗМІСТ**  
**дисципліни**  
**“ТУРОПЕРЕЙТИНГ”**

**Змістовий модуль I. Технологія туроперейтинга  
та турпроекування**

***Тема 1. Основи туроперейтинга***

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.

Етапи розвитку туроперейтинга. 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.  
*Література* [1–6; 9; 11; 12]

## ***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 турагентського 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.

*Література* [1; 4; 6; 8; 10; 14]

## ***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.

Позиціювання турів та туроператорів 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 туроператорів.

*Література [2; 4; 6; 7; 10]*

#### ***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. Співживчі властивості туристів.

*Література* [2–4; 8; 14; 19]

### **Тема 5. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві**

Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрета 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 туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.

Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.

Професійні стандарти працівників туристичної фірми.

*Література* [2; 4; 5; 8; 12; 14]

## **Змістовий модуль II. Прикладний туropolерейтинг**

### **Тема 6. Рецептивний туropolерейтинг**

Поняття та зміст рецептивного туropolерейтинга. Ресурси рецептивного туropolерейтинга. Туристичні ресурси рецептивного туropolерейтинга в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туropolерейтинга. Види туризму рецептивного українського туropolерейтинга.

Диференціація пропозицій рецептивних туropolераторів.

Позиціонування турів і туropolераторів на ринку.

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

Формування каталогу пропозицій рецептивного туropolератора.

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



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

*Література* [2; 4; 7; 8; 10; 15]

### ***Тема 7. 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.

*Література* [2; 6; 7; 14; 18; 19]

### ***Тема 8. 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 догорівного 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.

*Література* [9; 10; 17; 18; 19]

## ***Тема 9. 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 форма (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 ресторанно-готельного 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.

*Література [3; 4; 9; 10; 14; 16]*

## **ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

Контрольна робота з дисципліни “Туроперейтинг” виконується відповідно до навчальних планів із напрямку “Менеджмент і адміністрування” та спеціалізації “Менеджмент туристичної індустрії”.

Головною метою контрольної роботи є рубіжний контроль професійно-орієнтованих знань з дисципліни “Туроперейтинг”, набутих під час самостійного опрацювання літератури та нормативно-правових актів. Це має наблизити теоретичний курс до практичної діяльності, що є особливо важливим для працюючих студентів.

З питань виконання та оформлення контрольної роботи передбачено індивідуальне консультування у викладача на кафедрі організації туристичної діяльності відповідно до графіка консультацій.

Контрольну роботу слід виконувати на аркушах паперу формату А4 державною мовою. Сторінки необхідно пронумерувати.

Під час перевірки контрольної роботи викладач особливу увагу буде звертати на те, як студент розуміє зміст навчальної дисципліни, його здатність пов'язати категорії і теорії навчальної дисципліни, а також вміння систематизувати матеріал та чітко викладати власні думки. Серед зазначених критеріїв оцінювання найбільш важливим є здатність до практичного застосування знань в конкретних ситуаціях.

Перевіряючи контрольні роботи, викладач звертатиме увагу на такі параметри:

- ґрунтовність відповіді на поставлені питання, яка свідчить про рівень опанування теоретичним матеріалом;
- розуміння категорії навчальної дисципліни, що позначається у власному викладенні матеріалу, а не в переписуванні підручника, а також у доречно дібраних прикладах з діяльності суб'єкта туристичної індустрії;
- уміння коментувати наведені ілюстрації;
- оформлення роботи (структура, заголовки, посилання тощо).

Номер варіанта контрольної роботи студент обирає за першою літерою свого прізвища (таблиця).

Перша літера прізвища студента	Номер варіанта контрольної роботи
1	2
А, Б,	1
В, Г,	2
Д, Е, Є,	3

1	2
Ж, З, І, Ї, Й,	4
К, Л,	5
М, Н,	6
О, П,	7
Р, С,	8
Ф, Х, Ц	9
Ч, Ш, Щ, Ю, Я	10

## ***ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ***

### **Варіант 1**

1. Поняття “туроперейтинг” та види діяльності туроператора.
2. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей.

### **Варіант 2**

1. Схема організації роботи туроператора по розробці і реалізації туристського продукту.
2. Стадії планування туристського пакету.

### **Варіант 3**

1. Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів.
2. Програма туристичного обслуговування. Визначення програмного туризму.

### **Варіант 4**

1. Функції туроператорів та турагентів.
2. Правила формування програм перебування туристів.

### **Варіант 5**

1. Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.
2. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві.

### **Варіант 6**

1. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтинга. Оцінка їх впливу.
2. Рецептний туроперейтинг.

### **Варіант 7**

1. Організація туropopepopepcькoгo та туpагeнтcькoгo бiзнecy: нopмaтивнo-пpавoвi вимoги. Вимoги щoдo лiцензувaння туpopepopepcькoї дiяльнocтi.
2. Iнiцiaтивний туpopepейтинг.

### **Варіант 8**

1. Типoвa opгaнiзaцiйнa cтpуктypa туpopepopepa: вzaeмoзв'язoк poбoти пiдpoздiлiв.
2. Koнcoлiдoвaний туpopepейтинг.

### **Варіант 9**

1. Види та форми aгeнтcькoї poбoти. Класифiкaцiя туpагeнтiв. Види aгeнтiв. Aгeнтcькi мepежi.
2. Opгaнiзaцiя cпiвпpaцi мiж туpopepopepaми. Poбoтa мiжнaрoднoгo туpopepopepa пo opгaнiзaцiї пaкeтних пpoпoзицiй та iндивiдуaльних туpiв.

### **Варіант 10**

1. Змiст poбiт з туpпpoектувaння. Хapaктepиcтика аcopтимeнту пoслyг туpиcтичнoї фiрми.
2. Пpoцeдypa бpoнювaння пaкeтних туpiв. Пpавилa oфopмлeння зaмoвлeнь нa кoмплeкcнe туpиcтичнe oбcлyгoвyвaння.

## ***ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ***

1. Хapaктepиcтика oснoвних пoнять як oб'єктiв вивчeння дiсциплiни.
2. Eтaпи poзвиткy туpopepейтингa. Пoняття "туpopepейтинг" та види дiяльнocтi туpopepopepa.
3. Пpeдмeт дiяльнocтi туpopepopepa. Пpoфiль poбoти туpopepopepa. Cxeмa opгaнiзaцiї poбoти туpopepopepa пo poзpoбцi i peaлiзaцiї туpиcтcькoгo пpoдyкту.
4. Класифiкaцiя та види туpopepopepiв. Oснoвнi типи туpopepopepiв.
5. Oпepaтopи мacoвoгo pинкy. Oпepaтopи cпeцiaлiзoвaнi: нa пeвнoмy пpoдyктi/пoслyзi i ceгмeнтi pинкy.
6. Туpизм cпeцiaльнoгo iнтepecy i пeвнoгo мicця пpизнaчeння. Мiцeвi туpopepopepи.
7. Opгaнiзaцiя туpiв длa внyтpiшньoгo туpизмy.

8. Вийзні (ініціативні) туроператори. Рецептивні туроператори.
9. Функції туроператорів 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 туроперейтинга. Оцінка їх впливу.
15. Організація туроператорського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туроператорської діяльності.
16. Регуляторні вимоги щодо організації туроператорського та турагентського бізнесу.
17. Роздрібні й оптові туристичні фірми та їх місце у структурі каналів збуту.
18. Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
19. Види і форми агентської роботи. Класифікація турагентів.
20. Види агентів. Агентські мережі.
21. Власні бюро продажів туроператора та їх головні функції.
22. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.
23. Формування збутової мережі туроператорів.
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 туроператором.
27. Характер контрактних стосунків між туроператором 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. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.
30. Зміст робіт з турпроекування.

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

- та їх характеристика. Елементи програми туристичного обслуговування.
52. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Умови і принципи розробки туру. Вербальна модель туру. Процес розробки.
  53. Правила розроблення програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.
  54. Перелік робіт зі створення туристичної пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.
  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 туropolейтинга. Ресурси рецептивного туropolейтинга.
  65. Туристичні ресурси рецептивного туropolейтинга в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туropolейтинга.
  66. Види туризму рецептивного українського туropolейтинга.
  67. Диференціація пропозицій рецептивних туropolейтерів.
  68. Позиціонування турів і туropolейтерів на ринку.
  69. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Форми співпраці рецептивних туropolейтерів з продуцентами туристичних послуг.
  70. Формування каталогу пропозицій рецептивного туropolейтера.



71. Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів.
72. Особливості організації та надання додаткових послуг реєстративних туроператорів.
73. Бонусні програми національних туроператорів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.
74. Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Етапи дослідження: загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, ступінь інтегрованості ринку, стан та рівень доступності туристсько-екскурсійних ресурсів, стан та рівень розвитку сфери гостинності, територіальна організація ринку пропозицій, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.
75. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.
76. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.
77. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора.
78. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора у процесі обслуговування та надання туристичних послуг.
79. Брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туроператора.
80. Світовий ринок туроператорів-консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг.
81. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора.
82. Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.
83. Формування догоровного плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент.
84. Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць у підприємствах туріндустрії. Комітмент.

85. Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та 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. М'який та твердий блок. 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.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

### *Основна*

1. *Про туризм*: Закон України (в ред. від 2003 р.) // zakon.rada.gov.ua
2. *Бабарицька В., Малиновська О.* Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навч. посіб. — К.: Альгерпрес, 2008.
3. *Головинець В, Горобець О., Гуцал С.* та ін. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку. — Тернопіль: Тернограф, 2008.
4. *Грачева О. Ю., Маркова Ю. А., Мишина Л. А.* и др. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: Учеб.-метод. пособие. — М.: Дашков и К°, 2009.
5. *Долженко Г. П.* Основы туризма: Учеб. пособие. — М.; Ростов н/Д: МарТ, 2008.
6. *Ильина Е. Н.* Туроперейтинг: Организация деятельности: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2006.
7. *Квартальнов В. А.* Туризм: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2007.
8. *Кифяк В. Ф.* Организация туризма: Навч. посіб. — Чернівці: Книги-XXI, 2008.
9. *Кляп М. П., Шандор Ф. Ф.* Сучасні різновиди туризму: Навч. посіб. — К.: Знання, 2011.
10. *Руснак Ю. І.* Законодавство України про туризм і готельну справу: Зб. офіц. текстів законів станом на 1 лютого 2012 р. — К.: ЦУЛ, 2012.
11. *Ушаков Д. С.* Технологии выездного туризма. — М.; Ростов н/Д: МарТ, 2010.

12. *Ушаков Д. С.* Прикладной туropolерейтинг. — М.; Ростов н/Д: МарТ, 2004.

*Додаткова*

13. *Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю.* Менеджмент туризму. Туropolерейтинг. — К.: Альтпрес, 2009. — 288 с.

14. *Ганич Н. М., Антонюк Н. В., Мальська М. П.* Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. — К.: Знання, 2008. — С. 661.

15. *Ильина Е.* Туropolерейтинг. Организация деятельности. — М.: ФИС, 2007. — 480 с.

16. *Ильина Е. Н.* Туropolерейтинг. Стратегия и финансы. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 192 с.

17. *Кусков А. С., Голубева В. Л.* Туropolерейтинг: Учебник. — М.: ФОРУМ, 2009. — 400 с.

18. *Любіцева О. О.* Методика розробки турів: Навч. посіб. — К.: Альтерпрес, 2003. — 104 с.

19. *Любіцева О. О.* Туризмознавство: вступ до фаху: Підручник / О. О. Любіцева, В. К. Бабарицька. — К.: ВПЦ “Київський університет”, 2008. — 335 с.

20. *Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М.* Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. — К.: Знання, 2008. — 661 с.

21. *Михайліченко Г. І.* Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. — К.: КНТЕУ, 2003. — 156 с.

22. *Прикладной туropolерейтинг.* — 2-е изд., перераб. и доп. — М.; Ростов н/Д: МарТ, 2006. — 448 с.

23. *Сокол Т. Г.* Основи туристичної діяльності: Підручник. — К.: Грамота, 2006. — 264 с.

24. *Ткаченко Т. І.* Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія / Т. І. Ткаченко. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — 537 с.

25. *Чорниенька Н. В.* Организация туристичної індустрії: Навч. посіб. — К.: Атіка, 2006. — 254 с.

26. *Ушаков Д. С.* Стратегическое планирование в туризме. — М.: Феникс, 2007. — 288 с.

27. *Ушаков Д. С., Малахова Н. Н.* Инновации в туризме и сервисе. М.: МарТ; Феникс, 2010. — С. 256.

28. *Ушаков Д. С., Рубаник А. Н.* Технологии въездного туризма. — М.: МарТ; Феникс, 2010. — С. 384.

29. *Ушаков Д. С.* Технологии выездного туризма. — М.: МарТ, Феникс, 2010. — С. 448.
30. *Черных Н.* Технологии путешествий и организация обслуживания клиентов. — М.: Сов. спорт, 2002. — 320 с.
31. *Про схвалення стратегії розвитку туризму і курортів: Розпорядження Кабміну України від 06.08.2008 р. № 1088-р // Офіц. вісник України.* — 2008. — № 60. — С. 27–32.
32. *Воскресенский В. Ю.* Международный туризм. Инновационные стратегии развития. — М.: Юнити-Дана 2007. — С. 160.
33. *Джаладян Ю. А., Кусков А. С.* Транспортное обеспечение в туризме. — М.: КноРус, 2008. — С. 368.
34. *Егоренков Л. И.* Введение в технологию туризма. — М.: Финансы и статистика; Инфра-М, 2009. — С. 304.
35. *Ефремова М.* Основы технологии туристического бизнеса. — М.: Ось-89, 2001. — 288 с.
36. *Ильина Е.* Основы туристической деятельности. — М.: Сов. спорт, 2000. — 200 с.
37. *Исмаев Д. К.* Работа туристической фирмы по организации зарубежных поездок. — М.: ВШТГ, 1996. — 135 с.
38. *Исмаев Д. К.* Основная деятельность туристской фирмы: Учеб. пособие. — М.: ООО Книгодел; МарТ, 2005. — 158 с.
39. *Ильина Е. Н.* Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 192 с.
40. *Исаева Т. Е.* Речевая коммуникация в туризме. — М.: Дашков и К°; Наука-Спектр, 2009. — С. 240.
41. *Европейский* гостиничный маркетинг: Учеб. пособие: Пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 224 с.
42. *Кабушкин Н. И.* Организация туризма: Учебник / Н. И. Кабушкин, А. П. Дурович. — М.: Новое знание, 2003. — 632 с.
43. *Каурова А. Д.* Организация сферы туризма (+ CD-ROM). — М.: Герда 2008. — С. 368.
44. *Квартальнов В. А.* Туризм как вид деятельности. — М.: Менеджмент туризма, 2002. — 288 с.
45. *Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.* Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учеб. для вузов / Пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой — М.: ЮНИТИ, 1998. — 420 с.
46. *Кучеров А. П.* Объектное управление. Новационный и инновационный менеджмент в туризме. — М.: Компания Спутник +, 2009. — С. 208.

47. *Любичева О. О.* Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). — 3-тє вид., переробл. та допов. — К.: Альппрес, 2005. — 436 с.
48. *Маринин М. М.* Туристские формальности и безопасность в туризме. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 144 с.
49. *Максименко С. В.* Туристская деятельность: международно-правовые аспекты. — Одесса: Латстар, 2001. — 168 с.
50. *Мельниченко С. В.* Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: Монографія / С. В. Мельниченко. — К.: КНТЕУ, 2008. — 494 с.
51. *Монтехано Монтанеро.* Структура туристического рынка: Учеб. пособие: Пер. с испан. — Смоленск: Изд-во СГУ, 1997. — 230 с.
52. *Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса: нормативно-правовые документы /* Под ред. В. Н. Акишина. — М.: Финстатинформ, 1998 г.
52. *Сокол Т. Г.* Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. — К.: Рокор, 2001. — 200 с.
53. *Статистика туризма.* Проект рекомендаций по статистике туризма: Доклад Всемирной туристической организации на XXVII сессии ООН. 22 февраля 1993 г.
54. *Сухов Р. И.* Организация работы туристского агентства: Учеб. пособие. — М.: МарТ, 2005. — 144 с.
55. *Туризмолгія (теорія туризму):* Навч.-метод. посіб. зі спецкурсу. — К.: КУТЕП, 2010. — 70 с.
56. *Туристский терминологический словарь: Справ.-метод. пособие /* Авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. — М.: Советский спорт, 1999. — 664 с.
57. *Шульгіна Л. М.* Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: Монографія. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 597 с.
58. *Экономика и организация туризма: международный туризм: Учеб. пособие /* Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др.; Под ред. И. А. Рябовой. — 3-е изд. — М.: КНОРУС, 2007. — 576 с.

#### *Періодичні видання*

59. *Туризм: практика, проблемы, перспективы.*
60. *Українська туристична газета (UNG)*
61. *TTG Russia*

*Інтернет-ресурси*

62. [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua)

63. <http://www.ukraine.online.com.ua>

64. <http://www.tour.com.ua>

65. [www.world-tourism.org/ruso/news](http://www.world-tourism.org/ruso/news)



## **ЗМІСТ**

Пояснювальна записка.....	3
Навчально-тематичний план дисципліни “Туроперейтинг”.....	4
Зміст дисципліни “Туроперейтинг” .....	5
Вказівки до виконання контрольної роботи .....	11
Варіанти контрольних робіт.....	12
Питання для самоконтролю .....	13
Список літератури .....	19

Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*  
Редактор *А. А. Тютюнник*  
Комп’ютерне верстання *О. М. Бабаєва*

Зам. № ВКЦ-5877

Формат 60 84/<sub>16</sub>. Папір офсетний.  
Друк ротатійний трафаретний. Ум. друк. арк. 1,4. Обл.-вид. арк. 0,99  
Наклад 50 пр.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

ДП “Видавничий дім “Персонал”  
03039 Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. XX

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб’єктів видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008*