

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни**

“ТУРОПЕРЕЙТИНГ”

(для бакалаврів спеціальності “Туризм”)

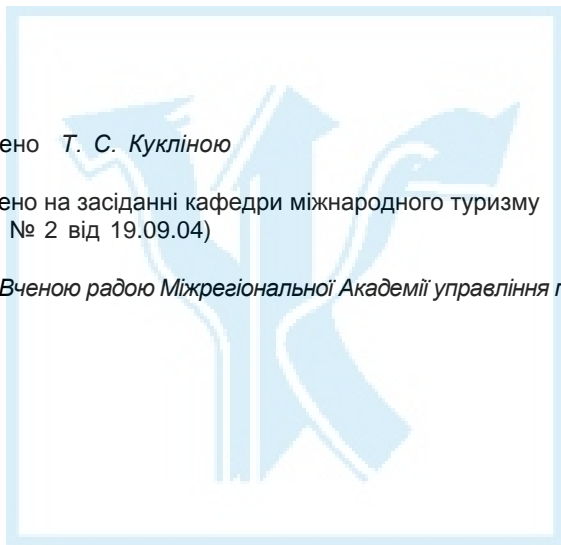
МАУП

Київ 2005

Підготовлено *Т. С. Кукліною*

Затверджено на засіданні кафедри міжнародного туризму
(протокол № 2 від 19.09.04)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом



Кукліна Т. С. Навчальна програма дисципліни “Туроперейтинг” (для бакалаврів спеціальності “Туризм”). — К.: МАУП, 2005. — 16 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Туроперейтинг”, вказівки до виконання контрольної роботи, завдання до контрольних робіт, контрольні питання, а також список рекомендованої літератури.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Якщо середина ХХ ст. ознаменувалася феноменальним розвитком міжнародного туризму, та його кінець охарактеризувався не тільки повсюдним поширенням і розвитком міжнародних подорожей, а й включенням України в міжнародні туристичні потоки.

Нині ринок туризму розвивається дуже нерівномірно. Обсяг виїзного туризму переважає над обсягами в'їзного і внутрішнього туризму. Це означає, що переважає не лише виїзд туристів над в'їздом, а й вивіз за кордон грошей (валюти) над їх надходженням в національну економіку. Такий негативний баланс несприятливо позначається на економіці країни.

Організація обслуговування туристів є завданням діяльності туроператорських фірм і мережі турагенств, розташованих майже в усіх містах світу.

Комплексний підхід до розробки програм обслуговування іноземних туристів — головне завдання туроперейтингу. Дослідження показують, що на підприємствах, де частково впроваджуються комплексні заходи туроперейтингу, спостерігається постійний продаж і повне завантаження маршрутів і місць упродовж всього року, а в сезони найвищого попиту практикується завчасне бронювання.

Таким чином, необхідно впроваджувати туроперейтинг у сферу туристичного підприємництва і підготовки кваліфікованих кадрів з цієї спеціальності з метою підвищення конкурентоспроможності в обслуговуванні внутрішніх і іноземних туристів.

При вивченні дисципліни “Туроперейтинг” передбачено такі форми організації навчального процесу, як лекції, семінарські й практичні заняття, виконання контрольних робіт, написання тематичних рефератів, заліки та екзамени.

За підсумками вивчення дисципліни студент повинен *вміти*:

- складати і використовувати туристичну документацію;
- будувати та використовувати моделі для опису і прогнозування різних туристських явищ;
- здійснювати якісний і кількісний аналіз для проектування та розробки туристських програм і продуктів;

- знаходити нестандартні рішення типових завдань;
- створювати якісний і адресно орієнтований туристський продукт;

знати:

- індустрію подорожей туризму і гостинності;
- організацію обслуговування туристів на маршруті та під час відпочинку;
- систему взаємодії з туристськими агентствами та іншими організаціями;
- правові аспекти туropolерейтингу і використовувати їх у своїй діяльності.

Дисципліна “Туropolерейтинг” є обов’язковою для вивчення студентами бакалаврату спеціальності “Туризм”.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
вивчення дисципліни
“ТУРОПЕРЕЙТИНГ”

№ пор.	Назва теми
1	Основи туropolерейтингу
2	Основи туropolераторської діяльності
3	Програма обслуговування клієнтів
4	Організація обслуговування туристів
5	Просування туристського продукту
6	Стратегічний менеджмент у туropolерейтингу
7	Фінансово-економічні аспекти туropolерейтингу
8	Правове регулювання відносин у туropolерейтингу
9	Безпека подорожей

ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ
до вивчення дисципліни
“ТУРОПЕРЕЙТИНГ”

Тема 1. Основи туроперейтингу

Мета, завдання і місія туристського підприємства. Загальна мета туристського підприємства і його підрозділів. Поняття й види діяльності туроператора.

Література [1–3; 6–8]

Тема 2. Основи туроператорської діяльності

Турпроекування. Концепція маркетингу в турплануванні. Сегментування туристичного ринку. Маркетингове дослідження та аналіз конкурентного середовища. Визначення фокус-групи. Диференціація пропозицій туроператорів на конкурентному туристичному ринку. Позиціонування турів і туроператорів.

Література [1–5; 9–12]

Тема 3. Програма обслуговування клієнтів

Створення привабливості туристського продукту. Класи обслуговування. Пакет послуг. Турпланування. Постачальники послуг. Планування туру. Договірний план. Переговори з постачальниками послуг. Висновок договорів із постачальниками послуг, договір між туроператорами.

Література [8–11; 17–21]

Тема 4. Організація обслуговування туристів

Стратегія і менеджмент обслуговування. Програмний туризм як основа сучасного туроперейтингу та обслуговування туристів. Анімація обслуговування. Зарубіжні представники туроператорів. Якість обслуговування та способи його регулювання.

Література [1–3; 7–8; 11]

Тема 5. *Просування туристського продукту*

Формування збутової мережі. Підбір партнерів зі збуту. Агентська угода. Методи та нормативна основа реклами туристського продукту. Тактичні рішення з реклами. Стимулювання продажу і пропаганда туристського продукту. Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристського продукту. Участь у виставках.

Література [1–3; 7; 8; 10; 14; 15; 19]

Тема 6. *Стратегічний менеджмент у туроперейтингу*

Перспективний аналіз потенційного туристського підприємства. Аналіз сильних і слабких сторін туристського підприємства. Стратегічні аспекти діяльності туристського підприємства. Організаційна культура та імідж турфірми. Вибір виду стратегії. Процес управління стратегією.

Література [1–3; 5; 6; 17; 18]

Тема 7. *Фінансово-економічні аспекти туроперейтингу*

Туристська документація. Фінансова схема роботи туроператора. Ціноутворення. Облікова політика туристичної фірми. Оподаткування. Оплата рахунків постачальників послуг.

Література [1–3; 9; 10; 22–26]

Тема 8. *Правове регулювання відносин у туроперейтингу*

Ліцензування і стандартизація туроперейтингу. Правові основи розрахунків у туроперейтингу. Залікові схеми розрахунків у туроперейтингу. Громадянська відповідальність туроператорів перед третіми особами і органами державної та місцевої влади. Кримінальна відповідальність працівників туроператора.

Література [1–11; 14; 20; 24; 25]

Тема 9. Безпека подорожей

Загальне поняття безпеки та напрямку її організації. Природні й техногенні катастрофи та запобігання ризиків для туристів. Епідеміологічна та бактеріальна безпека туристів. Безпека туристів під час перевезення. Туристська поліція. Правила поведінки в закордонній поїздці.

Література [1–7; 11; 20–23]

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Відповідно до навчального плану студенти виконують контрольну роботу. Номер варіанта завдання для контрольної роботи студент визначає за останньою цифрою номера своєї залікової книжки. Наприклад, якщо остання цифра номера залікової книжки “3”, то студент вибирає варіант 3.

Для послідовного і чіткого викладу матеріалу слід скласти план роботи.

Під час виконання роботи необхідно використовувати джерела, наведені в навчальній програмі та рекомендовані на лекціях, а також підручники та нормативні акти, що відповідають темі роботи.

Обсяг контрольної роботи не повинен перевищувати 20 сторінок формату А4. Контрольна робота повинна містити вступ, основну частину, висновки. Наприкінці роботи необхідно навести список використаної літератури, зазначити дату виконання і поставити підпис.

Після перевірки контрольної роботи і одержання позитивної оцінки студент допускається до заліку чи екзамену.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Варіант 1

1. Складіть проект договору з АТП, яке надає автобуси для обслуговування туристів на турі “Автобусом по Європі”.

2. Проаналізуйте будь-які рекламні оголошення туроператорів, виокреміть з них ексклюзивні тури, поясніть свій вибір.
3. Розкрийте поняття “класи обслуговування”.

Варіант 2

1. Заповніть лист бронювання туру.
2. Візьміть одного з постачальників послуг (готель, транспортне підприємство) і складіть план ведення переговорів з ним. Проаналізуйте обставини переговорів, реалізацію можливих рішень, образ вашого партнера.
3. Цінова політика в туроперейтингу.

Варіант 3

1. Складіть проект договору на рік з екскурсійним бюро на обслуговування екскурсіями туристичних груп, які циклічно приїжджають і тур з якими організовує ваша фірма.
2. Система планів сучасного туроператора.
3. Пакет документів, що необхідні для оформлення візи.

Варіант 4

1. Складіть текст агентської угоди між запорізьким туроператором і турагентством з будь-якого іншого міста України.
2. Основні вимоги до якості готельних послуг згідно з європейською системою класифікації.
3. Розробіть макет рекламного оголошення для конкретного туристського продукту з огляду на наступні питання: якої форми має бути ваше оголошення, відеоряд, які рекламні носії будуть використані, коли повинна вийти реклама.

Варіант 5

1. Складіть такий план заходів для туроператорської компанії з паблік рилейшнз, щоб вони були націлені на створення і підтримку іміджу компанії та забезпечення ефек-

- ту її присутності у сферах конкурентного ринку та в супутніх йому акціях.
2. Використання брендів і брендінгу в сучасному туроперейтингу.
 3. Підготуйте договір чартерного перевезення.

Варіант 6

1. Оформіть замовлення на виготовлення рекламного каталогу в друкарні.
2. Складіть типову форму туристичного ваучера.
3. Кваліфікаційні вимоги і посадові обов'язки менеджера туроперейтингу.

Варіант 7

1. Протестуйте будь-які стенди туристичних фірм і компаній (місце розташування стенда, планування експозиції, оформлення композиції тощо).
2. Проаналізуйте листок до путівки туристичної подорожі.
3. Документи, що регламентують взаємовідносини туроператорів і туристів.

Варіант 8

1. Складіть технологічну карту будь-якого маршруту.
2. Наведіть приклади 1–2 форс-мажорних обставин і методи виходу з них.
3. Турист як фактор мікросередовища туроперейтингу.

Варіант 9

1. Наведіть приклади розрахунку нульової рентабельності на рівні місцевої турфірми.
2. Наведіть основні терміни, які використовують у туроперейтингу. Поясніть їх вживання.
3. Ваша компанія перебуває на стадії спаду, запропонуйте кілька стратегічних рішень для покращення становища.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Роль визначення мети в менеджменті.
2. Визначення мети.
3. Місія туристської організації.
4. Чиї інтереси насамперед потрібно враховувати при встановленні мети та визначенні місії туристського підприємства?
5. Із чим пов'язано виникнення бізнесу туropolерейтингу на туристичному ринку?
6. Поняття “туropolератор”. Основні розбіжності між турагентом і туropolератором.
7. Типи туropolерейтингу. Ініціативний і рецептивний туropolерейтинг.
8. Зовнішні фактори туropolерейтингу.
9. Основні функції туropolерейтингу.
10. Сегменти ринку споживачів.
11. Індивідуальний і груповий тури.
12. Основні та додаткові послуги.
13. Позиціонування турів і туropolераторів.
14. Поняття “туристський пакет” і чинники, що впливають на його комплектацію.
15. Проектування туру: вербальна модель туру, законодавчі документи.
16. Що має бути включено до короткого опису послуги “туристська подорож” і проекту програми обслуговування туристів?
17. Які організації та підприємства беруть участь в обслуговуванні туристів під час туру?
18. Методи контролю якості обслуговування туристів.
19. Порядок складання програми обслуговування.
20. Стимулювання споживача туристського продукту.
21. Технологія організації турів.
22. Дев'ять правил психологічного підходу до ведення переговорів.
23. Договір, його складання. Необхідні додатки до договору туropolератора з постачальниками послуг.

24. Якими правовими документами міжнародного туризму регулюються контрактні взаємини в туризмі? Їх коротка характеристика.
25. Технологічні документи туру, їх коротка характеристика.
26. Обов'язкова і додаткова інформація, що включається в інформаційний листок до туристської путівки.
27. Технологічна карта туру, його склад і затвердження.
28. Туристська віза. Які види запрошень і віз для поїздки в іншу країну вам відомі?
29. Шенгенська віза, її типи, правила одержання. Національна віза у країнах Шенгенської угоди.
30. Який документ є підставою для розгляду питання про видачу української візи іноземним громадянам і особам без громадянства, які відвідують Україну з метою туризму? Його оформлення.
31. Технологія запрошення закордонних туристів.
32. Основні канали реалізації туристського продукту.
33. Власні бюро продажів, їх основні функції.
34. Роздрібні та оптові туристичні фірми, їх місце в структурі каналів збуту.
35. Традиційні і нетрадиційні форми продажів туристського продукту.
36. Основні моменти, що враховуються при підборі партнерів зі збуту.
37. Кредитоспроможність фірми й способи її підтвердження.
38. Агентська угода.
39. Робота з агентствами.
40. Варіанти предмета угоди туроператора і турагента?
41. Відповідальність туроператора і турагента за неякісні послуги й взаємини при відмові туриста від подорожі.
42. Форс-мажорні обставини та їх відображення в угоді.
43. Можливі види претензій і способи їх задоволення.
44. Міра відповідальності туроператора за вірогідність інформації, що міститься в його каталогах, рекламі та оголошеннях із продажу турів.
45. Основні критерії вибору коштів реклами та рекламоносія.
46. Використання пропаганди, або паблік рилейшнз в туристській діяльності.

47. Нерекламні методи просування турпродукту.
48. Основні вимоги до каталогу туроператора.
49. Які всесвітні виставкові заходи вам відомі, охарактеризуйте кілька з них.
50. Методи показу та привертання уваги відвідувачів, що використовуються на виставках.
51. Класифікації виставкових заходів. Організація роботи виставкової команди на стенді.
52. Складові менеджменту обслуговування туристів, що забезпечують пріоритети в роботі туроператора.
53. Необхідні складові туристського програмування.
54. Три основні установки сучасного туроперейтингу.
55. Формула анімації в туризмі.
56. Якими основними параметрами характеризується споживчий підхід до визначення якості роботи туроператора?
57. Порядок проведення коригувальних заходів щодо якості.
58. SWOT-аналіз, мета проведення.
59. Фактори відмітної компетенції будь-якої туристичної фірми.
60. Позиції турфірми на ринку та стратегічні напрями діяльності в рамках поля “слабкість/погрози” зі SWOT-аналізу.
61. Значення еластичності попиту при визначенні цінової політики туристичної фірми.
62. Роль просування товару для конкурентоспроможності туристичної фірми?
63. Види прибутку у фінансовому обліку підприємства.
64. Методи проведення туристського аналізу туристичного підприємства.
65. Логістика в туристичній сфері.
66. Імідж підприємства. Які аспекти створення позитивного іміджу туристичного підприємства?
67. Процес оцінки стратегічної ситуації у фірмі.
68. Фінансова схема роботи ініціативного і рецептивного туроператора?
69. Умови, що необхідні туроператорам для збереження високого рівня цін на ринку.

70. Бланк суворої звітності в турфірмі.
71. Особливості сплати податку із продажів при реалізації туроператором путівок через агентську мережу за договорами комісії?
72. Основні аспекти оплати рахунків, які необхідно погодити із закордонним постачальником послуг під час укладання угоди?
73. Санкції, що застосовують при простроченні платежів.
74. Нормативні документи України, що регламентують заходи щодо забезпечення безпеки туристів.
75. Основні напрями роботи із забезпечення безпеки туристів під час подорожі.
76. Природні й техногенні фактори ризику, які можуть виникнути в туристській подорожі.
77. Санітарні формальності в туризмі.
78. Які заходи необхідно вживати в турфірмах, що відправляють туристів у країни, неблагополучні з особливо небезпечних інфекцій?
79. Чим обумовлюють ризики впливу навколишнього середовища в туризмі та якими заходами їх попереджають?
80. Розкрийте поняття “автомобільна асистенція”, “зелена карта”, “тахограф”.
81. Обов'язки туроператора з договору оренди транспортного засобу.
82. Подорожі на автобусі: заходи безпеки, пакет документів, правила поведінки.
83. Взаємовідносини туроператорів та автотранспортних підприємств.
84. Взаємовідносини туроператорів та залізниці.
85. Взаємовідносини туроператорів та екскурсійних компаній.
86. Перельоти літаком: ручна поклажа, огляд багажу.
87. Договір чартерного перевезення.
88. Страхування туристів, які в'їжджають і виїжджають.
89. Цілі та завдання туристичної поліції.
90. Використання Інтернету в туроперейтингу.

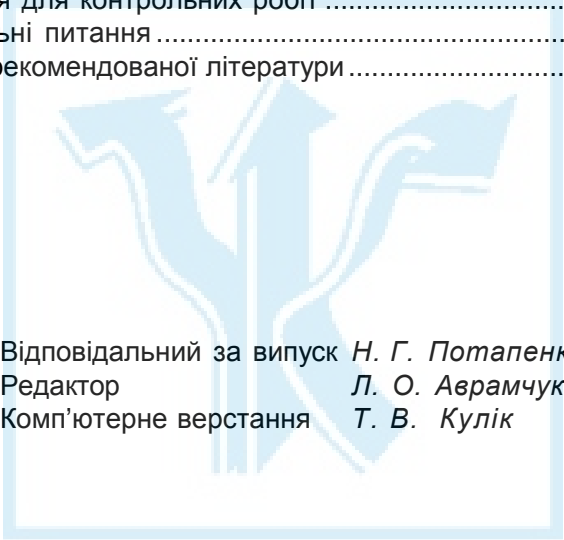
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Ильина Е. Н.* Туроперейтинг: организация деятельности. — М.: Финансы и статистика, 2004.
2. *Ильина Е. Н.* Туроперейтинг: стратегия и финансы. — М.: Финансы и статистика, 2004.
3. *Ушаков Д. С.* Прикладной туроперейтинг. — М.; Ростов н/Д, 2004.
4. *Квартальнов В. А.* Туризм: теория и практика // Избранные тр.: В 5 т. — М.: Финансы и статистика, 1998. — Т. 4. Иностраный туризм. — С. 89–125.
5. *Исмаев Д. К.* Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме. — М.: ТОО “Луч”, 1994. — С. 52–196.
6. *Коммерческие договоры-2: Сб. образцов, правовое регулирование, бух. оформл.* — М.: ДИС, 1998.
7. *Ильина Е. Н.* Туризм — путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес. — М.: РМАТ, 1998.
8. *Квартальнов В. А.* Туристка — научная основа профессионально-квалификационной структуры кадров в сфере туристской деятельности // Актуальные проблемы туризма: Сб. науч. тр. 1996–1997. — М.: РМАТ, 1997. — Вып. 1.
9. *Балабанов А. И.* Финансовые отношения в туризме. Туристские фирмы. — СПб.: ОЛБИС, 1998.
10. *Шагинов Ю. А.* Некоторые особенности налогообложения предприятий сферы туризма. — СПб.: ОЛБИС, 1996.
11. *Маринин М. М.* Туристские формальности и безопасность в туризме. — М.: Финансы и статистика, 2002.
12. *Чудновский А. Д.* Гостиничный и ресторанный бизнес. — М.: Тандем, 1998.
13. *Зорин И. В., Квартальнов В. А.* Толковый словарь туристских терминов. — М.; Афины: INFOGROUP, 1994.
14. *Профессиональные стандарты для туризма* // Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 1999. — № 9.
15. *Карпова Г. А.* Экономика современного туризма. — СПб.: Герда, 1998.
16. *Уткин Э. А.* Стратегическое планирование. — М., 1999.

17. *Монтехано Х. М.* Структура туристического рынка. — Смоленск. гос. ун-т, 1997.
18. *Киреев А. П.* Международная экономика: Учеб. пособие: В 2 ч. — М.: Междунар. отношения, 1997. — 4. 1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства.
19. *Яценко Б. П.* Мегатренди світового господарства // Укр. географічний журн. — 1998. — № 4. — С. 3–7.
20. *Сфера* обслуговування населення: регіональні проблеми / Под ред. А. И. Кочерги. — К.: Наук. думка, 1980. — 423 с.
21. *Бабак В.* Украинский рынок авиаперевозок. Затяжной взлет // Гостин. и ресторан. бизнес. — 2002. — № 5. — С. 48–53.
22. *Бабарицька В. К., Любіцева О. О.* Організація туризму: Навч. посіб.: Ч. 1. — К.: РВЦ Київ. ун-та, 1998. — 82 с.
23. *Липец Е. А.* Best Eastern Hotels — новые возможности для маркетинга и продажи услуг отелей Украины на мировых рынках // Гостин. бизнес. — 2000. — № 2. — С. 40–42.
24. *Международная* торговля услугами, связанными с туризмом, проблемы и возможности для развивающихся стран / ООН. Конференция по торговле и развитию, 1998.
25. *Тускоз Жан.* Міжнародне право: Підручник: Пер. з фр. — К.: АртЕК, 1998. — 416 с.
26. *Фінанси* зарубіжних корпорацій: Навч. посіб. / В. М. Суторміна та ін.; За ред. В. М. Федосова. — К.: Либідь, 1993. — С. 247.
27. *Підготовка* туристських кадрів в Україні. З історії вітчизняного туризму / В. К. Бабарицька, О. О. Бейдик та ін. — К., 1997.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Туроперейтинг”	4
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Туроперейтинг”	5
Вказівки до виконання контрольної роботи	7
Завдання для контрольних робіт	7
Контрольні питання	10
Список рекомендованої літератури	14



Відповідальний за випуск *Н. Г. Потапенко*
Редактор *Л. О. Аврамчук*
Комп'ютерне верстання *Т. В. Кулік*

МАУП
Зам. № ВКЦ-2187

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