

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра економіки та бізнесу

Романуха О.М., Горіна Г.О.

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ
ДИСЦИПЛІНИ
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»**

Ступінь: бакалавр

Кривий Ріг
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра економіки та бізнесу

Романуха О.М., Горіна Г.О.

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ
ДИСЦИПЛІНИ
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»**

Ступінь: бакалавр

Затверджено на засіданні
кафедри економіки та бізнесу
Протокол № 2 від 13 жовтня 2022 р.

Схвалено навчально-методичною
радою ДонНУЕТ
Протокол від р.

Кривий Ріг
2022

УДК 338.487(072)
Р 69

Романуха О.М., Горіна Г.О. Методичні рекомендації з вивчення дисципліни «Туроперейтинг», ступінь «бакалавр». Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. економіки та бізнесу. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2022. 92 с.

Методичні рекомендації покликані допомогти студентам організувати вивчення дисципліни «Туроперейтинг» завдяки інформації щодо змісту модулів та тем дисципліни, планів семінарських (практичних) занять, завдань для самостійного вивчення та розподілу балів за видами робіт з метою поточного оцінювання знань, наданому переліку рекомендованої основної та допоміжної літератури й інформаційних ресурсів.

УДК 338.487(072)

© Романуха О.М., Горіна Г.О. 2022
© Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського, 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ.....	14
Змістовий модуль 1. Технологія туроперейтингу та турпроекування.....	15
Змістовий модуль 2. Особливості організації турів	26
ЧАСТИНА 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	39
Змістовий модуль 1. Технологія туроперейтингу та турпроекування.....	40
Змістовий модуль 2. Особливості організації турів	69

ВСТУП

Туризм на сучасному етапі розвитку світової економіки є глобальним соціо-економічним явищем, що функціонує в умовах жорсткої конкуренції та характеризується значним ступенем залежності від інноваційних процесів, які у свою чергу є детермінантами конкурентоспроможності туристичних підприємств. Вивчення дисципліни «Туроперейтинг» сприяє розширенню світогляду фахівців в туристичній галузі, оскільки надає можливість зрозуміти специфіку розвитку туризму заснованого на інноваційній складовій; закріпленню і систематизації теоретичних знань з інноваційного менеджменту та інноваційних технологій на туристичних підприємствах; формуванню у студентів вмінь з прийняття ефективних рішень в умовах конкурентного середовища для подальшої ефективної роботи в туристській індустрії, а головне - формуванню уявлень про інновації, як невід'ємної компоненти сучасного бізнесу. Даний курс належить до числа новітніх освітніх курсів і припускає міждисциплінарний і системний підхід до вивчення основних проблем у співвідношенні ефективний розвиток туристичного підприємства/інновації.

Метою дисципліни «Туроперейтинг» є формування у студентів методичних навичок розробки програм обслуговування туристів з урахуванням видів і типів рекреаційної діяльності, видів туризму, урахуванням потреб туриста і його мотивація до придбання туристичного продукту.

Завдання: вивчення та оволодіння професійними навичками щодо принципів формування туристичного продукту та управління його асортиментом; оволодіння навичками організації туристичних подорожей.

Предметом вивчення дисципліни є механізм формування туристичного продукту та його управління.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен оволодіти наступними компетентностями: знати та розуміти предметну область та розуміти специфіку професійної діяльності; застосовувати знання у практичних ситуаціях; аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління; розуміти сучасні тенденції і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів; розуміти процеси організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного); розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту; розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем; використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку; визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу; співпрацювати з діловими партнерами і клієнтами, уміти забезпечувати з ними ефективні комунікації.

Програмними результатами навчання є вироблення вмінь: 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; застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів; розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт; організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки; розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна); виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання; приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

Туроперейтинг – самостійна дисципліна, яка поєднує аудиторну (28 години лекцій та 28 години практичних занять) та позааудиторну активності (Moodle), передбачає формування системи знань про основні поняття, закони та закономірності розвитку туристичної галузі та покликана навчити застосовувати отримані знання на практиці.

Основними технічними засобами для вивчення курсу є: мультимедіа; аудіовізуальні засоби, комп'ютер.

ЧАСТИНА 1.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Опис початкової дисципліни

Найменування показника	Характеристика навчальної дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова для студентів спеціальності 242 «Туризм»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість змістових модулів	2
Лекції, години	28
Практичні/семінарські, годин	28
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	94
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	4
самостійної роботи студента	6,7
Вид контролю	екзамен

2. Програма навчальної дисципліни

Ціль – формування у студентів методичних навичок розробки програм обслуговування туристів з урахуванням видів і типів рекреаційної діяльності, видів туризму, урахуванням потреб туриста і його мотивація до придбання туристичного продукту.

Завдання: вивчення та оволодіння професійними навичками щодо принципів формування туристичного продукту та управління його асортиментом; оволодіння навичками організації туристичних подорожей.

Предмет: механізм формування туристичного продукту та його управління.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Основи туropolерейтингу.
2. Організація роботи туropolератора.
3. Туристичний продукт як предмет діяльності туropolератора.
4. Правила створення програм перебування туристів.
5. Просування туристичного продукту.
6. Організація туристичних подорожей туropolератором.
7. Управління персоналом на підприємстві туropolератора та якістю туристичного обслуговування.
8. Формування ефективної роботи з клієнтом.
9. Інформаційні системи та спеціалізовані програмні засоби в туropolерейтингу.

10. Мережні технології. Системи бронювання та резервування.
11. Особливості використання технологій віртуальних турів, відео та фото контенту, як інноваційного напрямку туropolерейтингу.
12. Рецептний туropolерейтинг.
13. Ініціативний туropolерейтинг.
14. Консолідований туropolерейтинг.

Опанування дисципліни дозволяє забезпечити:

1) формування:

– загальних програмних компетентностей:

здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;
прагнення до збереження навколишнього середовища;
здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
здатність працювати в міжнародному контексті;
навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми;
навички міжособистісної взаємодії;
здатність працювати в команді та автономно.

– фахових програмних компетентностей:

знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;

здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління;

розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів;

розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);

здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;

розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем;

здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку;

здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу;

здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

2) досягнення програмних результатів навчання:

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;

застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;

розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;

організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;

розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна);

виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;

приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

3) набуття **результатів навчання** (згідно Дублінських дескрипторів):

– **знання:**

основних пріоритетів державної політики у галузі туризму;

принципів створення та виконання програм перебування туристів, умов виконання туристичних формальностей;

національних і міжнародних стандартів обслуговування туристів;

параметрів створення туристичного продукту підприємства, форм активізації туристів, умов бронювання туристичного обслуговування;

принципів формування програм перебування туристів;

професійних стандартів якісного обслуговування клієнтів туристичної фірми.

– **уміння/навички:**

застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;

створення туристичного продукту та формування асортименту туристичного підприємства;

використовувати на практиці базові поняття з організації туристичного процесу;

організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі дотримання стандартів якості і норм безпеки;

застосовувати знання у різних професійних ситуаціях;

використовувати інформаційні та комунікаційні технології;

– **комунікація:**

розуміння особливостей процесу організації туристичних подорожей;

доносити знання з питань безпеки туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах;

доносити знання щодо ведення претензійної роботи зі споживачами туристичних послуг;

доносити знання щодо співпраці та ефективної комунікації з діловими партнерами та клієнтами.

– **відповідальність і автономія:**

демонструвати здатність працювати в міжнародному контексті;
демонструвати соціальну відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень;
дотримуватися засад відповідального і сталого туризму.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Технологія туроперейтингу та турпроекування					
Тема 1. Основи туроперейтингу	10	2	2		6
Тема 2. Організація роботи туроператора	10	2	2		6
Тема 3. Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора	10	2	2		6
Тема 4. Правила створення програм перебування туристів	10	2	2		6
Тема 5. Просування турпродукту	11	2	2		7
Тема 6. Організація туристичних подорожей туроператором	11	2	2		7
Тема 7. Управління персоналом на підприємстві туроператора та якістю тур. обслуговування	11	2	2		7
Тема 8. Формування ефективної роботи з клієнтом	11	2	2		7
Разом за змістовим модулем 1	84	16	16		52
Змістовий модуль 2. Особливості організації турів					
Тема 9. Інформаційні системи та спеціалізовані програмні засоби в туроперейтингу	11	2	2		7
Тема 10. Мережні технології. Системи бронювання та резервування	11	2	2		7
Тема 11. Особливості використання технологій віртуальних турів, відео та фото контенту, як інноваційного напрямку туроперейтингу	11	2	2		7
Тема 12. Рецептивний туроперейтинг	11	2	2		7
Тема 13. Ініціативний туроперейтинг	11	2	2		7
Тема 14. Консолідований туроперейтинг	11	2	2		7
Разом за змістовим модулем 2	66	12	12		42
Усього годин	150	28	28		94

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	Семінар – розгорнута бесіда Основи туropolерейтингу	2
2	Семінар – розгорнута бесіда Організація роботи туropolератора	2
3	Семінар – розгорнута бесіда Туристичний продукт як предмет діяльності туropolератора	2
4	Семінар – розгорнута бесіда Правила створення програм перебування туристів	2
5	Семінар – дискусія Промування туристичного продукту	2
6	Семінар – розгорнута бесіда Організація туристичних подорожей туropolератором	2
7	Семінар – дискусія Управління персоналом на підприємстві туropolератора та якістю туристичного обслуговування	2
8	Семінар – дискусія Формування ефективної роботи з клієнтом	2
9	Семінар – дискусія Інформаційні системи та спеціалізовані програмні засоби в туropolерейтингу	2
10	Семінар – розгорнута бесіда Мережні технології. Системи бронювання та резервування	2
11	Семінар - розгорнута бесіда Особливості використання технологій віртуальних турів, відео та фото контенту, як інноваційного напрямку туropolерейтингу	2
12	Семінар – дискусія Рецептивний туropolерейтинг	2
13	Семінар – дискусія Ініціативний туropolерейтинг	2
14	Семінар – розгорнута бесіда Консолідований туropolерейтинг	2
Всього		28

5. Розподіл балів, які отримують студенти

- вид контролю: екзамен

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

№ теми семінарського о/практично го заняття	Аудиторна робота				Позааудиторна робота	Сума балів
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК	Завдання для самостійного виконання	
Змістовий модуль 1						
Тема 1	1		1			2
Тема 2	1		1			2
Тема 3	1		1			2
Тема 4	1		1			2
Тема 5	1		1			2
Тема 6	1		1			2
Тема 7	1		1		10	12
Тема 8	1	1	1	5		8
Разом за змістовим модулем 1	8	1	8	5	10	32
Змістовий модуль 2						
Тема 9	1		1			2
Тема 10	1		1			2
Тема 11	1		1			2
Тема 12	1	1	1			3
Тема 13	1		1			2
Тема 14	1		1	5		7
Разом за змістовим модулем 2	6	1	6	5		18
Усього годин	14	2	14	10	10	50

Оцінювання студентів протягом семестру (заочна форма навчання)

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
20	15	15		

Загальне оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

**ЧАСТИНА 2.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ТЕХНОЛОГІЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ТА ТУРПРОЕКТУВАННЯ

Семінар 1 «Основи туropolерейтингу» Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Проведення вхідного контролю.

Питання вхідного контролю:

- 1) Дайте визначення поняттю «Туropolерейтинг».
- 2) Види Туropolерейтингу.
- 3) Класифікація і види туropolераторів.
- 4) Принципи проектування туристичного продукту.
- 5) Роль туropolерейтингу в розвитку туризму.
- 6) Вплив глобалізації на туристичну галузь.
- 7) Життєвий цикл туристичного продукту.
- 8) Роль інформаційних технологій у просуванні турпродукту.
- 9) Роль виставкової діяльності у туризмі.
- 10) Значення програми туру в роботі туropolератора.

2. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:

- 1) Сутність туropolерейтингу.
- 2) Функції туropolератора.
- 3) Профіль роботи туropolератора.
- 4) Класифікація та види діяльності туropolераторів.

3. Практичні завдання.

Завдання 1

Заповніть таблицю 1 «Профіль роботи туropolераторів» вписавши у стовбці назви туристичних операторів згідно їх профілю, що діють на ринку України.

Таблиця 1 – Профіль роботи туropolераторів

№	Монопрофільні	Багатопрофільні

Завдання 2

Заповніть таблицю 2 «Класифікація туроператорів» вписавши у стовбці назви туристичних операторів згідно їх профілю, що діють на ринку України.

Таблиця 2 – Класифікація туроператорів

№	Ініціативні	Рецептивні

Семінар 2 «Організація роботи туроператора» **Семінар – розгорнута бесіда**

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Формування бізнесу туристичного оператора: нормативно-правові вимоги.
 - 2) Організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
 - 3) Туристичний агент, як посередник.
 - 4) Головні принципи взаємодії туроператорів і турагентів. Договірні взаємовідносини.
2. Практичні завдання.

Завдання 1

Скласти порівняльну таблицю щодо основних відмінностей туроператора та турагента за такими ознаками: відношення до створення туристичного продукту, формування доходів, розмір суб'єкта, просування туристичного продукту, контакт зі споживачами, приналежність до туристичного продукту, правовий статус.

Завдання 2

Завдання кожної робочої групи - розробити міні-проект створення туристського підприємства заданого профілю і захистити свій проект на практичному занятті.

Підготовка.

Студенти діляться на групи, кожна з яких захищає свій проект.

Проектна група 1 «Аутоінговий туроператор».

Проектна група 2 «Інкамінговий туроператор».

Завдання:

1. Ознайомитися із законодавчою базою
2. «Створити» турфірму (туроператор):
 - визначити її організаційно-правову форму (ТОВ, ПП, СП),
 - визначити основні та додаткові напрямки діяльності.
3. Придумати назву фірми, логотип та слоган.
4. Скласти перелік документів, необхідних для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності (СПД) та отримання ліцензії на туроператорську діяльність.

Ознайомитися із змістом цих документів та процедурою реєстрації СПД та ліцензування.

5. Розробити організаційну структуру турпідприємства.
6. Продумати схему маркетингової стратегії (бренд, турпродукт, система просування, комунікації).

Законодавчі та підзаконні акти:

1. Закон України «Про туризм», Вводиться в дію Постановою ВР №325/95-ВР від 15.09.95, ВВР, 1995, N 31, ст.242
5. Закон України «Про захист прав споживачів», Вводиться в дію Постановою ВР №1024-ХІІ від 12.05.1991р.
6. Закон України «Про страхування», 07.03.1996р. №85/96-ВР.
7. Закон України «Про рекламу», 03.07.1996р. №270/96-ВР.
8. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», 16.04.1991р. №959-ХІІ.
9. Закон України «Про правовий статус іноземців», 04.02.1994р. №3929-ХІІ.
10. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» (2 березня 2015 р.).
11. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» (22 травня 2003 р.)
12. Постанова КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» від 11 листопада 2015 р. № 991.
13. Постанова КМУ, 17 серпня 2002р. №1136 «Про забезпечення дотримання законодавства під час надання послуг іноземцям та особам без громадянства».
14. Постанова КМУ «Про затвердження Правил оформлення віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію», від 1 червня 2011 р. № 567
15. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку організації виїзду дітей за кордон на відпочинок і оздоровлення», 21.12.2005 №1251.
16. Постанова КМУ Про Положення про обов'язкове особисте страхування від нещасних випадків на транспорті (№959 від 14 серпня 1996 р.);

17. Постанова КМУ Про здійснення контролю за наявністю договору обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів під час перетину державного кордону України (№1024, від 6 липня 1998 р.);

18. Постанова КМУ Про порядок провадження діяльності страховими посередниками (№1523 від 18 грудня 1996 р.);

19. Постанова КМУ Про порядок надання медичної допомоги іноземцям та особам без громадянства, які постійно проживають або тимчасово перебувають на території України, які звернулися із заявою про визнання біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту, стосовно яких прийнято рішення про оформлення документів для вирішення питання щодо визнання біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту, та яких визнано біженцями або особами, які потребують додаткового захисту (№121 від 19 березня 2014 р.);

20. Постанова КМУ Про затвердження переліку суб'єктів господарювання, галузей та окремих територій, які підлягають постійному та обов'язковому аварійно-рятувальному обслуговуванню на договірній основі (№763 від 26 жовтня 2016 р.).

21. Положення про порядок видачі дозволу на право здійснення туристичного супроводу спеціалістам туристичного супроводу, затверджене наказом Державної туристичної адміністрації України, 24.09.2004, №83.

22. Наказ Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволу на право здійснення туристичного супроводу спеціалістам туристичного супроводу» (№83 від 24 вересня 2004 р.).

23. Наказ Державної туристичної адміністрації «Про затвердження порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання» №50 від 06.06.2005р.

Семінар 3 «Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора» Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Сутність, особливості та складові туристичного продукту.
 - 2) Види та характеристика найпопулярніших турів.
 - 3) Роль програмного туризму в розвитку туроперейтингу.

2. Практичні завдання

Завдання 1 - «Вихідні в столиці»

Перед менеджерами туристичної фірми «Країна» стоїть нова задача: скласти програмний тур до Києва – у давнє, велике, неповторне місто. Вихідні

мають бути наповнені цікавими екскурсіями, відвідуванням основних визначних пам'яток столиці, приємним дозвіллям.

Завдання:

1. Розробить туристську програму до Києва, враховуючи головні особливості її складання: для школярів (віком 12-15 років) під час зимових канікул; для студентів; для туристів віком 50 років та більше.
2. Визначте життєвий цикл продукту
3. Опишіть використану методику розробки туру

Завдання 2 - «Активна діяльність»

Розбийтеся на групи по дві людини. Уявіть наступну ситуацію.

Ви володієте турфірмою, яка організовує подорожі до Європи. Несподівано для вас відкривається нова турфірма, яка також займається продажем турів до Європи. Розташувалась вона в сусідньому від вас будівлі. Нова турфірма складає дуже цікаві туристичні програми за різними цілями. У даній ситуації вам слід швидко і оперативно прийняти рішення, щоб не втратити ваших клієнтів.

Завдання:

1. Проаналізуйте дану несприятливу ситуацію та запропонуйте свої заходи щодо її вирішення.
2. Аналізуючи ситуацію, зверніть увагу на тенденції розвитку виїзного туризму в країні

Семінар 4 «Правила створення програм перебування туристів» **Семінар – розгорнута бесіда**

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Технологія проектування туристичних послуг.
 - 2) Етапи розробки нового туру.
 - 3) Класифікація турів.
 - 4) Життєвий цикл туристичного продукту.
2. Практичні завдання.

Кейс 1

За О. Любіцевою методика розробки програмного туру передбачає 3 основні етапи: передпроектний, проектний, ринковий.

Передпроектний етап передбачає:

- моніторинг ринку, оцінку конкурентоспроможності туристичного підприємства;

- вибір ринкової стратегії та тактики виходу на туристичний ринок;
- оцінка обраного ринкового сегменту;
- попереднє визначення параметрів туру;
- проектування туру включає;
- власне розробка схеми туру;
- організаційно-технічні заходи;
- визначення економічних параметрів турпродукту.

Розробка туру включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація пунктів, визначення початкового і кінцевого пунктів, розробка схеми маршруту та його оптимізація, програмне забезпечення туру.

Організаційно-технічні заходи передбачають: визначення класу обслуговування, укладання угод з постачальниками туристичних послуг: Угода з готелем Угода з підприємством харчування Угоди з транспортними підприємствами Угода з екскурсійним бюро Угода з музеєм тощо.

Ринковий етап можна поділити на такі складові: етап просування туру на ринок, пошук споживачів і реалізація, етап організації подорожі, етап після здійснення подорожі (удосконалення туру та його окремих складових).

Питання:

1. Чи погоджуєтесь Ви з запропонованими етапами розробки програмного туру? Чи існують інші пропозиції та погляди?
2. Який етап розробки програмного туру на Вашу думку є найважливішим? Чому?

Семінар 5 «Просування туристичного продукту»

Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Концепція збутової політики в туризмі.
 - 2) Суть та значення каналів розподілу туристичних продуктів.
 - 3) Системи управління збутом туристичних операторів.
 - 4) Роль маркетингових систем у розподілі туристичних продуктів.
 - 5) Формування туристичними підприємствами збутової стратегії.
 - 6) Організація співпраці туроператора з постачальниками та діловими партнерами.
2. Практичні завдання.

Кейс 1 - «Обираємо партнера»

Туристська компанія «Міг-вояж» є класичним туроператором. Серед напрямків, які пропонує компанія, Єгипет (відпочинок, екскурсійні тури, будь-

які індивідуальні програми), Італія (відпочинок на курортах Римині, Чезенатико, класична та екскурсійні програми), Греція. «Режим найбільшого сприяння для агентств» – ось принцип, якого строго дотримується компанія у своїй роботі. Усі тур-агенти після укладення договору про співпрацю стають одержувачами факс-бюлетенів, в яких окрім прайс-листів містяться оперативні відомості про курорти (аж до температури повітря і води), інформація про наявність місць на найближчі заїзди, зміни консульських вимог тощо. Те, від чого приходять у захват партнери, – це принцип «зворотного дзвінка», який компанія «Міг-вояж» стала використовувати в міжнародних телефонних розмовах. Тур-агенту достатньо зателефонувати в компанію, представитися, назвати номер телефону і сказати: «Зворотній дзвінок, будь ласка». І менеджери компанії самі зателефонують агенту. Подальше спілкування з міжнародної лінії відбуватиметься за рахунок туроператора.

Питання:

1. Охарактеризуйте канал збуту, який використовується компанією «Міг-вояж». У чому його переваги і недоліки?
2. Які ще канали збуту туристського продукту ви знаєте? Дайте їм характеристику.
3. Якими критеріями ви б керувалися при виборі тур-агентства?
4. У чому полягають особливості роботи компанії «Міг-вояж» з турагентом? Які ще прийоми встановлення взаємовідносин з тур-агентами вам відомі?

Завдання 1

Враховуючи наведені нижче інструменти просування туристичного продукту проаналізуйте особливості просування регіонального туристичного продукту Вашого міста чи будь якого міста України. Користуючись методом SWOT аналізу виділіть сильні та слабкі сторони даної роботи. Поясніть причини домінування того чи іншого інструменту просування туристичного продукту, обґрунтуйте доцільність використаних підходів.

Інструменти просування туристичного продукту:

- державні програми розвитку туризму;
- PR-кампанії та акції;
- організаційні виставки державного та міжнародного масштабу;
- спеціалізовані туристичні інформаційні центри.

Семінар 6 «Організація туристичних подорожей туроператором» **Семінар – розгорнута бесіда**

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:

- 1) Підписання договорів з готельним, харчовим, автотранспортним підприємствами.
- 2) Підписання договорів з авіакомпанією, залізницею, екскурсійною фірмою, музеєм.
- 3) Зарубіжні представники туроператорів: функції і організація роботи.
- 4) Якість обслуговування, її критерії, організація контролю.

2. Практичні завдання.

Завдання 1

Розробіть організаційну структуру туристичного підприємства в якому Ви будете керівником. Аргументуйте свій вибір та надайте посадові інструкції працівників вашої фірми.

Словник:

Статут – Regulations

Організаційна структура – The organizational structure

Уставний капітал – Authorized capital

Акціонери – Shareholders

Товариство обмеженої відповідальності – Limited liability company

Реєстрація – Registration

Туристичне підприємство – Tourist enterprise

Органи правління – Governing bodies

Акціонерне товариство – Joint-stock company

Банківський рахунок – Bank account

Прибуток – Decommunization

Ліцензія – License

Семінар 7 «Управління персоналом на підприємстві туроператора та якістю туристичного обслуговування» Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Сутність та основні принципи ефективного управління персоналом.
 - 2) Планування та підбір персоналу, управління його професійним розвитком.
 - 3) Критерії оцінки якості комплексного туристичного продукту.
 - 4) Формування системи управління якістю на туристичному підприємстві.

Завдання 1

Турист з родиною змушений був повернутися з Єгипту на три дні раніше закінчення туру. Новий авіаквиток йому був наданий безкоштовно туроператором, але гроші за три невикористаних днів не повернули. Чи може він вимагати повернення грошових коштів за ці три дні?

Завдання 2

Туристка уклала договір з туристичною фірмою на оформлення турпоїздки до Франції. Повністю оплатила вартість авіаквитків і проживання в готелі, трансферт, отримання візи і страховку. Напередодні від'їзду вона дізналася, що посольство відмовило їй у візі, але коли вона отримала закордонний паспорт, там не було позначки про відмову. Турфірма не хоче повертати їй гроші повністю, обіцяють тільки половину. Роз'ясніть ситуацію.

Завдання 3 - «Якість обслуговування туристів і способи його регулювання»

Хід роботи:

I. Студенти утворюють 4 групи: туроператорів (ТО), турагентів (ТА), постачальників послуг (ПП) і споживачів туристичного продукту (СП) і проводять обговорення даної тематики по контрольних питаннях:

- 1) Що таке якість продукції, послуги?
- 2) Дайте визначення якості туристичного обслуговування.
- 3) Як параметрами характеризується турагентський підхід до визначення якості роботи туроператора?
- 4) Які критерії визначення якості туру?
- 5) Якими державними документами регламентуються параметри якості продукту туроператора?
- 6) Назвіть обов'язкові і рекомендовані вимоги до туру. Їх роль в організації якості туру.
- 7) Які основні напрямки в організації якості обслуговування туристів? Заповніть таблицю 7 і проаналізуйте основні показники якості туристичного продукту.
- 8) Розкрийте підхід до організації системи якості.
- 9) Які роль і відповідальність обслуговуючого персоналу в організації системи якості послуг?
- 10) Яка роль постачальників послуг в організації якості туристського обслуговування?
- 11) Яка інформація включається в поняття ефективного взаємодії зі споживачем?
- 12) Який порядок проведення коригувальних заходів по якості?
- 13) Які рекомендації по організації роботи груп якості в туристських організаціях відповідно до міжнародної системи стандартів якості ISO-9000?

14) Які основні стратегічні напрямки роботи по забезпечення системи якості туристського обслуговування?

II. Проводиться аналіз отриманих відповідей, підвести підсумки по засвоєнню теми студентами різних груп.

Таблиця 3. Напрями системи якості обслуговування туристів

№	Показник якості	Виконавець послуг (ТО)	Канал збуту (ТА)	Постачальник послуг (ПП)	Споживачі туристичного продукту (СТП)
1	Ресурси				
2	Технологія обслуговування				
3	Надійність				
4	Психологічний комфорт				
5	Безпека				
6	Інформаційна достовірність				
7	Охорона навколишнього середовища				
8	Відповідність призначенню				
9	Функціональність				
10	Точність та своєчасність виконання				
11	Адресність				
12	Комплексність				
13	Естетичність				
14	Комфортність				
15	Ергономічність				
16	Етичність обслуговуючого персоналу				
17	Якість				
18	Ціна				

Семінар 8 «Формування ефективної роботи з клієнтом» Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Формування комунікаційних навичок менеджера.
 - 2) Нівелювання комунікативних бар'єрів.
 - 3) Професійна етика та стандарти працівників туристичної фірми.
2. Практичні завдання.

Завдання 1 - Ситуація «Кожен день на себе не схожий»

Сім'я Петрових з двома маленькими дітьми проводять свій відпочинок на березі Середземного моря, на курорті Белек. Купуючи тур, менеджери заповняли, що саме на території цього готелю сама різноманітна програма анімаційних послуг. Через декілька днів Петрови зрозуміли, що це не так. Сім'ями з маленькими дітьми в цьому готелі робити нічого. Можливо, десь на 24 території готелю і є дитяча кімната, але вони її ні разу не зустрічали. На наступний рік, Петрови твердо вирішили, що звертатись до менеджерів туристичної агенції «Travel and Relax» вони більш не будуть. Так, плануючи свою відпустку на наступний рік до Туреччини, сім'я Петрових звернулась саме до вашої туристичної агенції.

Завдання:

1. Визначте стратегію спілкування з клієнтом
2. Окресліть сильні сторони, що Ви можете використати для продажу туру
3. Якими комунікативними навичками має володіти працівник для успішної комунікації з клієнтом?

Завдання 2

На думку Коллера, в основі просування будь-якої програми обслуговування повинні бути закладені такі принципи:

1. Звільнення. У процесі обслуговування клієнт повинен бути звільнений від всяких неприємних моментів (довгого очікування розміщення , транспорту і т. д.).
2. Оптимальне обслуговування. Клієнт повинен відчувати відповідність усіх послуг одного рівня, без « випадання» у вищу або нижчу категорію .
3. Активність. Ініціатива при обслуговуванні, в якійсь мірі люб'язність , а також здатність зробити для клієнта те, що він не очікує (вітальний коктейль або сувенір за рахунок готелю, забезпечення квитками в театр і т. п.).
4. Повага до клієнта. Шанобливе ставлення до його бажань , уподобань, захоплень .
5. Індивідуальний підхід. Підхід до обслуговування клієнтів, який не передбачає обов'язковий набір послуг, а будується з урахуванням смаків і потреб клієнта.
6. Свобода від тенденцій. Клієнт повинен відчувати , що обслуговування - не мета, а бажання задовольнити його потреби.
7. Наочність обсягу обслуговування. Клієнт повинен заздалегідь знати перелік послуг , підібраних для нього.
8. Коректність обслуговування та продажу. Клієнт повинен бути впевнений, що , купивши тур , він зробив правильний вибір.

9. Наявність безкоштовної інформації (консультацій , буклетів та ін) про наявні тури і послуги. Це дуже привабливо для клієнтів.

Враховуючи їх розробіть стратегію ефективного спілкування з клієнтом.

Словник

Програма обслуговування – Service program

Туризм – Tourism

Тур – Tour

Агентство – Agency

Клієнт – The client

Подорож – Travel

Класичні тури – Classic tours

Святкові тури – Holiday tours

Індивідуальні тури – Individual tours

Обслуговування – Service

Рекреація – Recreation

Враження – Impressions

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ

Семінар 9 «Інформаційні системи та спеціалізовані програмні засоби в туроперейтингу» Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Технічні та програмні засоби сучасного турбізнесу.
 - 2) Класифікація інформаційних систем менеджменту.
 - 3) Пакети керування туристськими фірмами. Програма «Само-Тур». Програмний комплекс «Мастер-Тур».
2. Практичні завдання.

Завдання 1

Порівняйте програми використовувані в роботі туристичних фірм «Само-тур» та «Мастер-тур». Визначте недоліки та переваги їх використання, оцініть зручність інтерфейсу, дайте пропозиції щодо їх удосконалення для зручності в роботі.

Таблиця - Порівняльна таблиця спеціалізованих програм для роботи в туристичному бізнесі

	«Само-Тур»		«Мастер-Тур»	
	Переваги	Недоліки	Переваги	Недоліки

Завдання 2

Враховуючи наведені нижче складові елементи інформаційної сфери туризму розробіть маршрутну карту забезпечення туристичного агентства необхідним обладнанням та програмним забезпеченням для роботи офісу та створення туристичного продукту і його подальшого просування на ринку.

Складові інформаційної сфери туризму:

- інформація;
- користувачі (споживачі) інформації;
- постачальники інформації й ресурсів;
- інформаційні ресурси;
- інформаційні системи;
- системи бронювання й продажів;
- інформаційні процеси;
- засоби забезпечення інформаційних систем і їх технологій.

Семінар 10 «Мережні технології. Системи бронювання та резервування» Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Характеристика туристичних додатків та ресурсів.
 - 2) Місце соцмереж в роботі туроператора.
 - 3) «Живі» веб-камери як оперативне джерело інформації.
 - 4) Характеристики комп'ютерних систем бронювання й резервування.
2. Практичні завдання.

Кейс 1

Спираючись на статистичні дані наведені в таблиці 5 щодо активності користувачів на сторінках в соціальних мережах провідних музеїв України дайте відповіді на поставлені питання.

Питання:

1. Чи існує арифметична залежність між кількістю публікацій, постів, репостів, коментарів та лайків?
2. Які музеї України провадили найбільш активну роботу в соціальних мережах з метою своєї популяризації та залучення нових відвідувачів?
3. Перегляньте сторінки музеїв в мережі Facebook та дайте їх опис з точки зору – цікавості контенту, специфіки постів, активності.

Таблиця – Активність сторінок музеїв в Facebook

		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Харківський історичний музей	Кількість лайків			1	7	25	300	637	622	1189	1571	4300
	Кількість репостів				1	10	125	194	213	316	241	885
	Коментарі			1		4	32	23	12	17	8	115
	Кількість публікацій			1	59	127	190	237	242	221	146	128
Дніпровський національний	Кількість лайків	3	51	111	205	445	1217	2072	4130	9902	10887	17881
	Кількість репостів		9	37	78	90	307	443	835	1950	1858	3529
	Коментарі	1	21	18	11	30	54	95	164	661	672	982
	Кількість публікацій	12	48	59	61	105	164	317	316	351	196	403
Одеський історико-	Кількість лайків				2613	3910	3218	1923	1873	3893	5838	7234
	Кількість репостів				484	437	435	350	454	922	1204	2140
	Коментарі				119	96	67	52	19	38	116	259
	Кількість публікацій				203	186	177	156	252	349	285	241
Запорізький обласний	Кількість лайків				79	459	905	1065	1204	1541	2845	4198
	Кількість репостів				33	195	282	325	477	600	870	1265
	Коментарі				8	11	22	21	42	49	65	183
	Кількість публікацій				36	118	119	93	101	95	113	150
Херсонський обласний	Кількість лайків			20	67	126	226	306	1770	4165	7335	10400
	Кількість репостів			4	26	66	69	105	605	878	1585	2213
	Коментарі			1			10	11	53	231	313	485
	Кількість публікацій			1	12	25	67	73	89	146	167	258
Чернігівський	Кількість лайків	21	45	75	92	419	2313	2832	4536	12471	75866	58751
	Кількість	1	6	10	12	179	2619	3924	4866	7748	21745	8875

	репостів											
	Коментарі	3	8	3	2	11	253	261	424	1007	5163	3929
	Кількість публікацій	12	28	40	46	90	381	367	535	593	576	727
Музей історії Полтавської	Кількість лайків						33	45	289	1123	2150	4988
	Кількість репостів						4	6	104	342	456	1493
	Коментарі							6	10	48	59	279
	Кількість публікацій						20	22	45	119	146	273

Завдання 2

За допомогою системи он-лайн бронювання готелів визначити згідно з завданням викладача засоби розміщення, що відповідають певним вимогам, головною з яких є найнижча ціна. Варіанти завдань наведено в таблиці 6. Визначити вартість проживання в готелі в стандартному номері на двох дорослих осіб в різні періоди часу: 12-16 січня; 12-16 березня; 12-16 травня; 12-16 липня; 12-16 вересня; 12-16 листопада. Обґрунтувати розбіжності у цінах (сезонність, акції, раннє бронювання тощо)

На сьогоднішній день існує багато систем підбору та бронювання готелів, які орієнтовані на роботу туроператорів. У той же час звичайно для входу в такі системи турфірмам потрібно мати діючий договір із комп'ютерною системою бронювання та отримати логін і пароль, без яких користування системами неможливо. Оскільки студентам не надається можливість користуватися саме такими системами, для визначення готелю та вартості проживання в ньому можна запропонувати використання комп'ютерних систем бронювання, орієнтованих на туристів.

Таблиця – Варіанти завдань для пошуку готелів

№	Країна	Бажані кількість зірок	Додаткові умови
1	Польща	*	Басейн
2	Німеччина	**	Тренажерний зал
3	Єгипет	***	Безкоштовна стоянка
4	Італія	****	Центр міста
5	Китай	*****	Спорт зал
6	Іспанія	*	Басейн
7	Ізраїль	**	Тренажерний зал
8	Фінляндія	***	Безкоштовна стоянка
9	Франція	****	Центр міста
10	США	*****	Казино
11	Японія	*	Басейн
12	Австралія	**	Тренажерний зал
13	Канада	***	Безкоштовна стоянка
14	Греція	****	Центр міста
15	Туреччина	*****	Спорт зал

Кейс 2

Прочитайте уривок з публікації Романуха О., Бершова Л. Трансформація музейної сфери в умовах пандемії COVID-19. Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури. 2022. Т.5. С. 61-69 та дайте відповіді на запитання.

«Зрозуміти особливості географічної структури аудиторії соціальної сторінки музею можемо на прикладі сторінки в Facebook Музею історії Полтавської битви. Згідно даних сервісу аналітики popsters активність на офіційній сторінці зростає у 2020 році на період карантину та після. Вдвічі збільшується кількість репостів, коментарів, уподобань. Основними видами контенту є фото, тексти, збільшується кількість відео матеріалів. За даними адміністратора інформаційних ресурсів музею, сторінку протягом березня-серпня 2020 року переглянуло понад 63 993 відвідувачів. З даного загалу 95% заходили з території України і лише 5% з закордону. При цьому 81% відвідувачів походили з Полтавської області. Серед інших регіонів найбільшу зацікавленість продемонстрували: Київська обл. – 9%; Харківська обл. – 3%; Дніпропетровська - 1,5%, Одеська та Сумська обл. по – 1%. Активність інших регіонів складала менше 1 % з загалу. Виходячи з цього можемо вести мову про цікавість в першу чергу до музею користувачів з сусідніх областей. Серед іноземних відвідувачів сторінки музею, перше місце посідають країни Європейського Союзу, на які припадає 60% візитів. Серед них найбільшу частку дає Швеція – 24%, що має історичне відношення до Полтавської битви. За країнами рейтинг очолює знов таки ж Швеція – 24 %, потім йде Російська Федерація – 22%; Польща – 14%. Основна вікова група відвідувачів – чоловіки та жінки у віці 25-44 роки – 45% від загальної кількості відвідувачів. При цьому жінок більше на 15%».

Питання:

1. Які особливості соціальної структури відвідувачів соціальної сторінки музею Ви помітили?
2. Як Ви оцінюєте активність на сторінці музею в мережі Facebook?
3. Яку оцінку можна дати туристичній привабливості музею виходячи з даних активності відвідувачів на його сторінці?

Семінар 11 «Особливості використання технологій віртуальних турів, відео та фото контенту, як інноваційного напрямку туропереїтингу» Семінар - розгорнута бесіда

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Використання і створення фотографій, звукозаписів, інформаційно-рекламних презентацій та відеофільмів.
 - 2) Медіа, як маркетинговий засіб просування туристичного продукту.

3) Віртуальний туризм – інноваційний напрямок туропрейтингу.

2. Практичні завдання.

Кейс 1

Спираючись на наведені табличні дані щодо активності відвідувачів на туристичному ресурсі discover.ua дайте відповіді на поставлені запитання.

Таблиця - Динаміка кількості відвідувачів туристичного ресурсу discover.ua

	Загальна кількість відвідувачів, осіб	Динаміка зростання кількості відвідувачів у відсотках до попереднього місяця	Відвідування розділу Віртуальних турів, осіб	Відвідування розділу Віртуальних турів, у відсотках від загального трафіку
січень 2019	7700		16	0,21%
лютий 2019	9600	25,00 %	35	0,36%
березень 2019	15100	57,29 %	27	0,18%
квітень 2019	19600	29,80 %	43	0,22%
травень 2019	22100	12,76 %	57	0,26%
червень 2019	20900	-5,43 %	21	0,10%
липень 2019	21600	3,35 %	45	0,21%
серпень 2019	21800	0,93 %	26	0,12%
вересень 2019	21300	-2,29 %	89	0,42%
жовтень 2019	24200	13,62 %	51	0,21%
листопад 2019	22200	-8,26 %	60	0,27%
грудень 2019	21000	-5,41 %	141	0,67%
січень 2020	24600	17,14 %	288	1,17%
лютий 2020	24000	-2,44 %	122	0,51%
березень 2020	23500	-2,08 %	6813	28,99%
квітень 2020	19900	-15,32 %	4846	24,35%
травень 2020	39800	100,00 %	2925	7,35%
червень 2020	31500	-20,85 %	554	1,76%
липень 2020	31000	-1,59 %	276	0,89%

Питання:

1. Які причини різкого сплеску цікавості відвідувачів саме до матеріалів – «віртуальні тури»?
2. Пройдіть за посиланням (discover.ua) на сторінку ресурсу, ознайомтесь з його змістом та оцініть насиченість сайту віртуальними турами та їх загальну частку серед контенту
3. Дайте пропозиції щодо покращення наповненості сайту

Кейс 2

Прочитайте уривок з публікації Романуха О., Бершова Л. Трансформація музейної сфери в умовах пандемії COVID-19. Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури. 2022. Т.5. С. 61-69 та дайте відповіді на запитання.

«Необхідність та перспективність даного напрямку роботи засвідчує світова тенденція до розширення сфер застосування віртуальної реальності. Поодинокі випадки оцифрування музейних виставок, об'єктів культурної спадщини з часом перетворились на буденність та норму і призвели до появи 2020 році першого в світі віртуального музею – VOMA (Virtual Online Museum of Art). Даний проект був реалізований художником Стюартом Семплом. Музей об'єднав праці деяких відомих художніх центрів (музей д'Орсе, музей американського мистецтва Уїтні, музей сучасного мистецтва в Нью-Йорку, музей художнього інституту в Чикаго). Відвідання виставки безкоштовно. Замість звичного зображення, кожен експонат подається в форматі високої роздільної здатності фото, містить перелік посилань на джерела, що мають інформацію стосовно витвору мистецтва та надають повне розуміння історії і суті роботи. Відвідувачі VOMA можуть переміщатися по музею як завгодно, навіть прогулюватися по його території. Цифровий світ в музеї змінюється залежно від сезону»

Питання:

1. Як Ви оцінюєте перспективи розвитку віртуального туризму у світі?
2. До яких наслідків, змін у суспільному житті та розвитку класичного туризму можуть призвести дані нововведення?

Завдання 1

Пройдіть за посиланням на (<http://surl.li/dhfvj>) YouTube сторінку ННІБГ ДонНУЕТ та перегляньте два відео фільми про туристичні принади невеличких сіл та міст Півдня Донецької області. Після перегляду обговоріть у групі свої думки щодо проекту та його ролі в просуванні туристичного продукту.

Семінар 12 «Рецептивний туropolерейтинг» Семінар - дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Поняття та зміст рецептивного туropolерейтингу.
 - 2) Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Форми співпраці.
 - 3) Позиціонування турів та туropolераторів на ринку.
 - 4) Формування каталогу пропозицій рецептивного туropolератора.
2. Практичні завдання.

Завдання 1 - «Створення туropolу внутрішнього туризму»

1. Складіть проект програми обслуговування туристів на автобусному турі по маршруту Ужгород – Мукачеве – Ясіня.

2. Визначте:

- маршрут подорожі;
- перелік туристичних підприємств – постачальників послуг;
- перелік екскурсій і визначних місць, туристичних походів і прогулянок;
- комплекс розважальних заходів;
- тривалість перебування в кожному пункті маршруту;
- кількість туристів, які беруть участь і подорожі;
- потребу в екскурсоводах;
- форми і кількість рекламних, інформаційних матеріалів і описів подорожі.

3. На основі проекту програми обслуговування складіть програму обслуговування по днях, враховуючи принципи оптимальності, раціональності і тематичної відповідності.

4. Складіть програму обслуговування :

А) Пізнавальний тур по Ужгороду;

Б) Спортивний тур по Ужгороду;

В) Конгрес- тур по Ужгороду (із засіданням до обіду).

5. Складіть перелік підприємств, що надають послуги в реалізації програми до Ужгороду. Необхідні дані наведені в табл.

Таблиця – Перелік підприємств - виконавців послуг

Назва туру:	
Найменування послуги	Найменування підприємства
Проживання	
Харчування	
Транспортні послуги	
Екскурсійні послуги	
Інші послуги	

Завдання 2

Визначте постачальників послуг для організації гірськолижного та конгресного турів. Мотивуйте свої розробки вимог до обслуговування різних категорій туристів.

Завдання 3 - «Святкові тури по Україні. Екскурсійні тури по Україні»

Весна, як прекрасна пора року після затьяжної зими сама по собі свято. Але в кожній країні є особливості святкування весняних свят. Відпочинок на травневих святах, подорож на День Св. Валентина та інші тури є популярними, замовити при цьому провести свята можливо як за кордоном так і на батьківщині.

Завдання:

1. Запропонуйте тури на свята в найцікавіших куточках України.
2. Складіть календар святкових турів за наступним прикладом (див. табл.)

Таблиця – Календар святкових турів

Куди поїхати	Дати турів	Регіон туру	Тур на свято	Транспорт	Розміщення
Львів	08.03-10.03	Замки Львівської області	Автобусний тур на 8 березня «Свято для коханої на 8 березня»	Автобус з Києва	Готель 3*

Семінар 13 «Ініціативний туроперейтинг» Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Сутність ініціативного туроперейтингу.
 - 2) Особливості роботи туроператора з іноземними туристами.
 - 3) Бонусні програми туроператора.
 - 4) Фірми консолідатори.
2. Практичні завдання.

Завдання 1 - «Навчальний тур для студентів».

Освітні тури за кордон - у першу чергу, звичайно, мовні, останнім часом помітно додали в обсязі. Сьогодні туроператори пропонують освітні тури майже до 40 країн. Для дорослих організуються індивідуальні, а іноді і групові тури, дітям і підліткам до 17 років найчастіше пропонуються канікулярні програми, які включають щоденні ранкові заняття мовою і спортивно-розважальні заходи після обіду і ввечері. Групові освітні програми для дітей, зрозуміло, коштують дешевше, ніж персональні поїздки, проте накладають ряд обмежень: учні з однієї групи повинні бути приблизно одного віку, а для всієї групи жорстко задаються єдині терміни навчання. В цілях сприяння розвитку професійних кадрів для туристичної індустрії України туристська фірма «Лабіринт» щорічно організовує серію освітніх турів для студентів туристичних спеціальностей. Такі тури дають можливість студентам ВНЗ не тільки відкрити для себе будь-яку країну, але і скористатися досвідом успішної туристичної компанії в сфері організації турів, надання різноманітних послуг та VIP-сервісів. Такі знання не можливо отримати з книг: їх досягнеш безпосередньо, в тому середовищі, яке пов'язане з прийомом туристів та їх відпочинком.

Завдання:

1. Складіть перелік підприємств, що надають послуги в реалізації

навчального туру (табл.).

Таблиця – Перелік підприємств – виконавців послуг

Найменування послуги	Найменування підприємства
Проживання	
Харчування	
Транспортні послуги	
Екскурсійні послуги	
Інші послуги	

2. Розробить програму навчального туру для студентів туристських ВНЗ за наступними напрямками: Об'єднані Арабські Емірати, Туніс, Єгипет, Греція.

Завдання 2 - «Діловий тур до Японії»

До вашої туристичної агенції звернулася українська компанія AirOn, український виробник портативної електронної техніки, з проханням підібрати тур. Ціль візиту – це відвідування конференції «E-Money. E-Government. Досвід Японії». Топ-менеджмент вже давно прочитав всі бізнес-бестселери - керівники хочуть практичних знань - почути, побачити, помацати руками, зрозуміти. Загальноприйняті шляхи бізнес-освіти можуть дати лише загальну картину бізнесу. І тільки вивчення успішного бізнесу на практиці дасть реальні, практичні знання з перших рук.

Умови підбору туру:

1. Програма візиту на 100% формується на підставі побажань замовника, основних стратегічних орієнтирів розвитку компанії.

2. Програма затверджується компанією-клієнтом.

3. Можливість інтеграції внутрішніх сесій присвячених інноваціям, менеджменту. Для цього слід запросити фасилітатора, представника топової бізнес-школи світу або бізнес-гуру для проведення внутрішніх сесій у перервах між відвідинами компаній.

4. Кількість учасників: 5 представників однієї компанії.

Завдання:

1. Заповніть табл. «Складові характеристики програми туру» згідно інформації, наведеної в табл. 2-5.

2. Розрахувати вартість туру.

Таблиця 1 – Складові характеристики програми туру

Показник	Описання	Розрахунок
Транспортування		
Розміщення, Номери		
Екскурсії		
Харчування		
Тривалість		

Кількість осіб в групі		
Гід-перекладач		
Страховання		
Вартість туру:		

Таблиця 2 – Транспортування

Рейс	Пункт відправлення	Пункт прибуття	Час відправлення	В дорозі	Авіа-компанія	Пересадка
SU1815	(DOK)	(NTR)	05:05	23год. 35 мін.	Aeroflot	1
SU263	(NTR)	(DOK)	13:05	17год. 50 мін.	Aeroflot	1
Вартість враховуючи збір в UAH 35680.0 UAH						

Таблиця 3 – Розміщення

SHANGRI-LAHOTEL TOKYO *****, Токіо, Японія		
Деталі кімнати	Кількість гостей	У середньому/доба
Двомісний номер де люкс з 2 відокремленими ліжками	2 Дорослих	UAH 2,000.40
Двомісний номер де люкс з 2 відокремленими ліжками	2 Дорослих	UAH 2,000.40
Двомісний номер де люкс з 2 відокремленими ліжками	1 дорослий	UAH 2,000.40
<i>План харчування: сніданок</i>		

Таблиця 4 – Страховання

Кількість осіб - 1				
ПРОГРАМИ СТРАХУВАННЯ	A	B	C	D
Лікування в умовах стаціонару				
Страховання від нещасних випадків				
Медичні перевезення				
Репатріація				
Ритуальні послуги				
Лікування в амбулаторних умовах				
Стоматологічна допомога				
Проживання та супровід				
Надання послуг адвоката				
Візит одного з близьких родичів				
Дострокове повернення дітей				
Дострокове повернення				
Передача термінових повідомлень				
Відновлення або повернення документів				
Проїзд представника підприємства з метою заміни				
Внесення застави в суді				
Витрати пов'язані з затримкою авіарейсу				
Ваш вибір: (сума вказана в USD)	54.54	67.14	117.60	168.06

Таблиця 5 – Екскурсії

Назва екскурсії	Вартість екскурсії на 1 особу (USD)	Тип транспорту	Зміст екскурсії
«Сучасний Токіо»	160	Транспорт при готелі	Відвідування району хмарочосів Сіндзюку з оглядовим майданчиком в будівлі муніципалітету Токіо. Храмний комплекс Мейдзі і район японської моди молоді - Харадзюку. Переїзд на острів Одайба. Відвідування виставкового центру Toyota, де представлені найбільш популярні моделі автомобілів даної компанії. Найбільш велике колесо огляду в Японії (115 метрів), з висоти якого відкривається захоплюючий вид на острів Одайба і Токіо. Повернення до Токіо по барвистому мосту Веселки.
«Традиційний Токіо»	150	Транспорт при готелі	Традиційний сад у японському стилі. Зупинка біля імператорського палацу, відвідування відомого у всьому світі торговельного кварталу-Гінза. Перлиною екскурсії є район Асакуса. Храмний ансамбль Сенсодзі. Програма завершиться в «електронному місті» Акіхабара - Мекка японської електроніки.

Примітка:

У вартість входить:

- переліт економ-класом;
- проживання в готелі;
- одноразове харчування (сніданок);
- консультація щодо оформлення візи і запрошення в посольство 1200

грн.;

- повний переклад під час зустрічей 100 грн.;
- страховка;
- інтенсивна культурна програма;
- оперативне реагування на будь-які питання і повний супровід організаторами візиту.

Семінар 14 «Консолідований туроперейтинг»

Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних та додаткових питань до теми:
 - 1) Світовий ринок туроператорів консолідаторів.
 - 2) Особливості формування технологічних етапів туристичного обслуговування консолідаторів. Формування договірної програми.
 - 3) Елотмент, комітмент.

2. Практичні завдання.

Кейс 1

Результатом тривалої консолідації туристичного бізнесу з іншими супутніми галузями є транснаціональні корпорації. Більшість ТНК у туризмі базуються в країнах так званої «Тріади»: США – Західна Європа (Франція, Великобританія) – Японія, а з недавнього часу й у Сянгані (Гонконгу). Географія штаб-квартир ТНК підтверджує той факт, що інтернаціоналізація туристичного бізнесу бере початок у країнах, що генерують туристські потоки й здійснюють закордонне інвестування.

Процеси транснаціоналізації у туристичній індустрії розвиваються дещо інакше, ніж в будь-якій іншій сфері - на ці процеси впливають навіть ті компанії, які безпосередньо не входять у структуру туристичної індустрії. Взаємодія процесів глобалізації та розвитку світового туристичного ринку проявляється у вигляді функціонування ТНК, стратегічних альянсів та глобальних союзів. Залежно від галузі функціонування ТНК у туристичній сфері можна виділити три основні групи:

- 1) транснаціональні готельні корпорації («готельні ланцюжки»);
- 2) транснаціональні туристичні транспортні корпорації (передусім, у сфері повітряного транспорту);
- 3) транснаціональні туроператорські корпорації (компанії, що переважно займаються формуванням пекідж-турів).

Питання:

1. Назвіть передумови формування туристичної «Тріади» згаданої в тексті Кейсу 7
2. Які перспективи розвитку консолідованого туризму Ви можете виокремити?

ЧАСТИНА 3.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ СТУДЕНТІВ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ТЕХНОЛОГІЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ТА ТУРПРОЕКТУВАННЯ

Семинар 1 «Основи туropolерейтингу» Семинар – розгорнута бесіда

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.
- 2) Етапи розвитку туropolерейтингу.
- 3) Зовнішні фактори туropolерейтингу.
- 4) Внутрішнє середовище туристичних операторів.

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Туropolераторська діяльність

A. будь-яка діяльність, здійснювана у сфері туризму

B. реалізація готової продукції, придбана з метою перепродажу та задоволення потреб туристів

C. діяльність з формування, просування і реалізації туристичного продукту, яка здійснюється на підставі ліцензії юридичною особою або індивідуальним підприємцем

D. правильної відповіді немає

2. Туropolерейтинг

A. діяльність з формування, просування і реалізації туристичного продукту, яка здійснюється на підставі ліцензії юридичною особою або індивідуальним підприємцем

B. діяльність у сфері туризму, спрямована на формування комплексного туристичного продукту та оптимізацію умов його споживання шляхом розробки пакету програм та обслуговування по маршруту зарубіжних і внутрішніх туристів, є формою туристичного бізнесу

C. будь-яка діяльність, здійснювана у сфері туризму

D. реалізація готової продукції, придбана з метою перепродажу та задоволення потреб туристів

3. Основні завдання туроператора

- A. бюджетоутворююча, інформативна
- B. новаторська, інтегруюча
- C. ціноутворююча, функція просування туристичного продукту
- D. усі відповіді вірні

4. Переваги монопрофільних туроператорів

- A. гнучкість у роботі, що визначається можливістю оператора акцентувати максимальні зусилля то на одному, то на іншому видах турів або напрямі залежно від зміни ринкової кон'юнктури
- B. великі можливості охоплення ринку
- C. менша залежність туроператора від конкретного напрямку або постачальника туристичних продуктів
- D. досягнення високого професіоналізму в роботі з певним напрямом або видом турів

5. Переваги багатoproфільних туроператорів

- A. можливість ідентифікації туроператора на ринку як організатора певного виду турів або як такого, що працює саме в певному напрямі
- B. можливість отримання акредитації в посольствах країн, на роботі з якими спеціалізується туроператор
- C. можливість комбінування турів
- D. правильної відповіді немає

6. Ініціативні туроператори

- A. туроператори, які відправляють туристів за кордон або інші регіони за домовленістю з приймаючими операторами або безпосередньо з туристичними підприємствами
- B. туроператори на прийомі, тобто ті, які комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг
- C. оператори, які спеціалізуються на окремо визначеному продукті або сегменті ринку
- D. оператори які продають велику кількість турпродукту, сформованого на масовий попит та наперед визначені місця відпочинку

7. Рецептні туроператори

- A. оператори які продають велику кількість турпродукту, сформованого на масовий попит та наперед визначені місця відпочинку;
- B. туроператори, які відправляють туристів за кордон або інші регіони за домовленістю з приймаючими операторами або безпосередньо з туристичними підприємствами

С. туроператори на прийомі, тобто ті, які комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг

Д. оператори, які спеціалізуються на окремо визначеному продукті або сегменті ринку

8. Туроператор з точки зору правового статусу

- А. юридична особа
- В. юридична або фізична особа
- С. юридична особа або фізична особа – СПД
- Д. фізична особа або об'єднання фізичних осіб

9. Турагент з точки зору правового статусу

- А. юридична особа
- В. юридична або фізична особа
- С. юридична особа або фізична особа – СПД
- Д. фізична особа або об'єднання фізичних осіб

10. Основні завдання турагентства

А. повне і широке висвітлення можливостей відпочинку і подорожей по всіх наявних турах, курортах, туристичних центрах і ін.

В. просування цієї інформації з допомогою реклами

С. організація продажу туристичного продукту згідно з сучасними методами торгівлі, а також використовуючи специфіку і особливості туристського ринку

Д. усі відповіді вірні

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туроперейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В.Г. Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 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.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.

7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покоłodна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва, Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuv.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 2 «Організація роботи туроператора» Семінар – розгорнута бесіда

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Особливості діяльності виїзних, в'їзних та місцевих туроператорів.
- 2) Особливості стратегування на підприємствах туристичної сфери.
- 3) Стратегічний план туристичного підприємства: характерні ознаки, відмінні особливості.
- 4) Корпоративна культура та CRM-система як дієвий інструмент стратегічного менеджменту туристичного підприємства.

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Ліцензія

А. письмовий запис фактів, явищ, відомостей чи певних матеріальних об'єктів з метою їх державного обліку та контролю, засвідчення дійсності й надання їм законного (легітимного) статусу

В. дозвіл, що видається державним органом юридичній або фізичній особі на здійснення певного виду діяльності протягом визначеного терміну при дотриманні ряду умов

С. документ, в якому встановлюються конкретні умови надання і споживчі властивості туристичної послуги

Д. заява, з проханням надати якусь послугу

2. Найважливішими елементами створення туристського підприємства

не є

А. розробка проектів установчих документів

В. проведення установчих зборів

С. забезпечення засобами телефонного та факсимільного зв'язку, доступом до мережі Інтернет

Д. складання протоколу намірів учасників (засновників)

3. Порядок створення і реєстрації визначається

А. Державним агентством України з туризму

В. Міністерством інфраструктури України

С. Законом України "Про туризм"

Д. чинним законодавством України

4. Підприємство при провадженні туроператорської діяльності має дотримуватися таких організаційних вимог

А. виконувати вимоги законодавства України в сфері міграції, а також протидії торгівлі людьми

- В. надавати туристичні послуги в обсягах та в строки, обумовлені умовами договору про туристичне обслуговування
- С. інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі
- Д. всі відповіді вірні

5. У туроператора повинні зберігатися

- А. документи, що підтверджують фінансове забезпечення цивільної відповідальності перед туристами
- В. договори на туристичне обслуговування з туристами
- С. угоди із страховиками
- Д. всі відповіді вірні

6. Туроператор повинен

- А. доводити достовірність інформації про тур потенційному клієнту
- В. рекламувати тур або самостійно ухвалювати рішення про те, які із запропонованих турів будуть позитивно сприйняті і користуватись попитом на регіональному ринку
- С. відшкодовувати матеріальні і моральні збитки у разі невиконання або неналежного виконання умов договору на туристичне обслуговування
- Д. продавати тури або придбати їх у інших операторів

7. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму

- А. еквівалентну не менше ніж 2000 євро
- В. еквівалентну не менше ніж 20000 євро
- С. еквівалентну не більше ніж 20000 євро
- Д. еквівалентну не більше ніж 2000 євро

8. Обов'язкове страхування, що забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками

- А. угода про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування
- В. угода про транспортне страхування
- С. угода про страхування майна
- Д. угода про медичне страхування та від нещасного випадку

9. Зв'язки структури управління

- А. лінійні і паралельні
- В. паралельні і функціональні
- С. лінійні і функціональні
- Д. паралельні, лінійні і функціональні

10. Впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, з стійкими відносинами, що забезпечують їх функціонування та розвиток як цілого

- A. організаційна структура
- B. структура управління
- C. управлінське завдання
- D. структура функціонування

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 с.
4. Домбровська С.М. Опорний конспект лекцій з курсу «Туropolерейтинг» для студентів всіх форм навчання напряму підготовки 242 «Туризм». Харків: НУЦЗУ, 2018. 249 с.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туropolерейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Поколодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.

15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва, Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. -Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuiv.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 3 «Туристичний продукт, як предмет діяльності туроператора» Семінар – розгорнута бесіда

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, заслуховування доповідей

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Участь у виставкових заходах, як основа просування турпродукту.
 - 2) Планування і проектування турпродукту, як основний вид діяльності туроператора.
 - 3) Забезпечення безпеки туристичного обслуговування.
3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Турпродукт

А. цілеспрямована та впорядкована сукупність туристичних послуг, необхідних для повноцінного задоволення потреб туристів у відпочинку та рекреації

В. результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів

С. первинна одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут та конкретний термін

Д. місце відпочинку туриста, яке об'єднує всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктури

2. Особливості туристичного продукту

А. комплексність; матеріальність; специфічність

В. комплексність; еластичність; залежність від попиту; суб'єктивність

С. суб'єктивність; матеріальність; специфічність

Д. матеріальність; специфічність; залежність від попиту; комплексність

3. Туристична послуга

А. будь-яка дія чи вигода, яка надається однією стороною іншій і на відміну від товару має специфічні, тільки їй притаманні характерні риси

В. основний комплекс послуг, який надається під час подорожі по індивідуальному або груповому плану та мають серійний характер і пропонуються в широкий продаж

С. це специфічна матеріальна складова туристичного продукту, необхідна для повної реалізації мети подорожі, до якої належать: туристичне спорядження, карти місцевості, туристична символіка, сувеніри, туристичні буклети та каталоги, туристичні довідники тощо

Д. послуга з тимчасового розміщення туриста у готелі, мотелі, кемпінгу, інших місцях тимчасового проживання, а також послуги з харчування, транспортного, екскурсійно-інформаційного та іншого туристичного обслуговування, включаючи послуги зі страхування життя або здоров'я

4. До основних туристичних послуг входять

А. природні та антропогені туристичні ресурси, туристична інфраструктура

В. транспортні послуги, проживання, харчування та екскурсійне обслуговування

С. індивідуальний трансфер; послуги страхування; медичні послуги; послуги гідів-перекладачів; побутові послуги; послуги з прокату транспортних засобів; анімаційні послуги; шопінг

Д. туристичне спорядження, карти місцевості, туристична символіка, сувеніри, туристичні буклети та каталоги, туристичні довідники

5. Туристична дестинація

А. специфічна матеріальна складова туристичного продукту, необхідна для повної реалізації мети подорожі

В. послуги, які надаються туристу за бажанням та потребою додатково до основних туристичних послуг

С. основне місце локалізації туристичної діяльності та концентрації визначних туристичних пам'яток, засобів розміщення, харчування та розваг, це місце початку та закінчення туристичної подорожі

Д. місце відпочинку туриста, яке об'єднує всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктури

6. Тур

А. сукупність взаємодоповнюючих туристичних послуг, необхідних для здійснення подорожі, зокрема послуги з транспортування, розміщення, екскурсійне обслуговування тощо

В. індивідуальну чи групову подорож за чітко визначеним маршрутом у зазначений час

С. результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів

Д. тільки частина туристичного продукту, точніше обов'язкова частина туру, який може бути більшим або рівним тур пакету

7. В залежності від складу основних і додаткових туристичних послуг тури поділяють на

А. лікувальні, спортивні, релігійні

В. індивідуальні, інклюзивні

С. організовані, неорганізовані

Д. рекреаційні, екскурсійні

8. Відпочинок на березі моря часто комбінується з оздоровчими та СПА-процедурами, екскурсійними програмами та активними видами туризму

А. лікувально-оздоровчий тур

В. рекреаційний тур

С. пляжний тур

Д. інфотур.

9. Найкращими пляжами світу визнано

А. Вакая на Фіджі, Ломбок в Індонезії, Коверсада в Хорватії

В. Таїланд, Домінікана, Єгипет

С. Варадеро на Кубі, Бентота в Шрі Ланці

Д. Канарські острови, Мальдіви, Шрі-Ланка

10. Характерною рисою якого туризму є відвідування за одну подорож декількох країн

А. спортивний туризм

В. діловий туризм

С. екскурсійний туризм

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 с.
4. Домбровська С.М. Опорний конспект лекцій з курсу «Туроперейтинг» для студентів всіх форм навчання на пряму підготовки 242 «Туризм». Харків: НУЦЗУ, 2018. 249 с.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336 с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покогодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання на пряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.

17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва, Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuiv.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 4 «Правила створення програми перебування туристів» **Семінар – розгорнута бесіда**

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, заслуховування доповідей

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Візові особливості туристичних подорожей.
- 2) Специфіка туристичної мандрівки з тваринами.
- 3) Особливості створення туристичних програм – екстрим турів.
- 4) Особливості створення програми перебування туристів з особливими потребами.

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Послідовність проектування турпродукту

А. аналіз проекту, визначення методів контролю якості, подання проекту на затвердження, розробка технологічної документації, встановлення нормованих характеристик продукту, встановлення технології процесу обслуговування туристів

В. подання проекту на затвердження, аналіз проекту, визначенні методів контролю якості, встановлення нормованих характеристик продукту, встановлення технології процесу обслуговування туристів, розробка технологічної документації

С. встановлення нормованих характеристик продукту, встановлення технології процесу обслуговування туристів, розробка технологічної

документації, визначення методів контролю якості, аналіз проекту, подання проекту на затвердження

D. правильної відповіді немає

2. До послуг, що входять в тур відносяться

A. послуги розміщення

B. послуги перевезення та трансфер

C. послуги екскурсовода та іншого туристичного супроводу

D. всі відповіді вірні

3. Етапи розробки програми обслуговування

A. сім

B. шість

C. п'ять

D. чотири

4. Технологічна карта екскурсії

A. комплект інформаційних матеріалів (фотографій, копій документів, географічних мап, схем, репродукцій з картин та ін.)

B. технологічний документ, який включає науковий, актуалізований зміст інформації, яка надається екскурсантам

C. технологічний документ, який визначає логічну послідовність огляду визначних об'єктів на маршруті

D. затверджений і відповідним чином обладнаний маршрут

5. До прямих витрат відносяться

A. витрати на проживання

B. витрати на оренду транспортного засобу

C. витрати на заробітну плату персоналу

D. витрати на рекламу

6. До загальних витрат відносяться

A. витрати на вхідні квитки

B. витрати на оренду транспортного засобу

C. прямі податки і збори

D. витрати на харчування

7. Програма туристичної подорожі

A. план реалізації проданих подорожуючому туристичних послуг, обумовлених у договорі

B. план заходів, в якому зазначаються дата і час перебування у пунктах зупинки на маршруті, в готелі, відвідування місць туристичного зацікавлення з метою їх огляду, харчування, а також переміщення на маршруті за допомогою визначених у програмі внутрішньомаршрутних транспортних засобів

- С. щоденний розпорядок усіх заходів, що забезпечує туристичне підприємство та які включені у вартість поїздки
D. правильної відповіді немає

8. Безпека, комфортність, ергономічність, категоріальна відповідальність, конкурентоздатність

- A. етапи розробки туру
B. умови розробки туру
C. правильної відповіді немає
D. принципи розробки туру

9. За схемою маршрути бувають

- A. лінійні, кільцеві, радіальні, комбіновані
B. цілорічні та сезонні
C. місцеві, дальні, закордонні
D. одноденні, короткострокові, багатоденні

10. На ціноутворення та розрахунок вартості туру впливає

- A. характер попиту
B. місце туристичної фірми на ринку туристичних послуг
C. характер обраної маркетингової стратегії
D. всі відповіді вірні

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 с.
4. Домбровська С.М. Опорний конспект лекцій з курсу «Туроперейтинг» для студентів всіх форм навчання на пряму підготовки 242 «Туризм». Харків: НУЦЗУ, 2018. 249 с.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покогодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва , Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. -Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuu.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 5 «Промування туристичного продукту» Семінар – дискусія

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Формування збутової мережі туроператора.
- 2) Вивчення потенційних споживачів, їх мотивів і цілей відпочинку.
- 3) Національні особливості просування туристичного продукту.

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Для будь-якого виробника у процесі виготовлення певних товарів та послуг важливе значення має

- A. безпосередній процес виробництва
- B. реалізація продукції
- C. післяпродажне обслуговування
- D. всі відповіді вірні

2. Збут

- A. головна стадія виробництва турпродукту
- B. проміжна стадія споживання турпродукту
- C. головна проміжна стадія між виробництвом і споживанням турпродукту
- D. правильної відповіді немає

3. Кількість основних методів збуту турпродуктів

- A. шість
- B. три
- C. чотири
- D. два

4. При непрямому методі збуту турпродукту

- A. туристичне підприємство користується послугами незалежних посередників
- B. туристичне підприємство безпосередньо реалізує свою продукцію споживачам
- C. в якості посередника використовують організації зі змішаним капіталом, який включає засоби фірми-виробника та іншої незалежної компанії
- D. туристичні підприємства здійснюють продаж турпродукції через глобальні комп'ютерні системи резервування

5. Інтенсивний розподіл, ексклюзивний розподіл, селективний розподіл

- A. функції збуту
- B. форми непрямого методу збуту
- C. форми комбінованого методу збуту
- D. всі відповіді вірні

6. Кількість факторів, які враховуються при формуванні збутової політики туристичними підприємствами

- A. сім
- B. чотири
- C. шість
- D. п'ять

7. Метою збутової політики є

- A. формування стратегії збутової політики
- B. забезпечення формування оптимальних шляхів збуту турпродукту
- C. визначення методів збуту і їх поєднання з різними групами споживачів
- D. визначення кількості рівнів каналу розподілу

8. Канал розподілу

- A. сукупність фірм або окремих осіб, які приймають на себе або допомагають передати комусь іншому право власності на конкретний товар або послугу на шляху від виробника до споживача
- B. структури, що поєднують внутрішні підрозділи підприємства із зовнішніми агентами і дилерами, через яких здійснюється продаж товарів
- C. сукупність способів організації і реалізації туристичних товарів і послуг споживачам
- D. всі відповіді вірні

9. Структура, сформована партнерами, які беруть участь у процесі конкурентного обміну, з метою надання продуктів і послуг у розпорядження індивідуальних споживачів чи індустріальних користувачів

- A. канал збуту
- B. метод збуту
- C. збутова мережа
- D. правильної відповіді немає

10. Турбюро

- A. підприємство, основна діяльність якого полягає в посередництві при наданні туристичних послуг
- B. туристичні фірми, які спеціалізуються на розробці комплексного турпродукту і його реалізації самостійно чи через інших посередників
- C. туристична фірма-посередник між туроператором і клієнтом
- D. всі відповіді вірні

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 с.
4. Домбровська С.М. Опорний конспект лекцій з курсу «Туropolерейтинг» для студентів всіх форм навчання напpямy підготовки 242 «Туризм». Харків: НУЦЗУ, 2018. 249 с.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Льїна Е.Н. Туropolерейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Поколодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напpямy підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва , Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuiv.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 6 «Організація туристичних подорожей туроператором» **Семінар – розгорнута бесіда**

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Митні аспекти роботи туроператорів.
- 2) Туристичні ризики та відповідальність туроператора.
- 3) Особливості організації екстрім-турів.

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Договір по якому туристська фірма отримує від готелю певну кількість місць, які вона зобов'язана впродовж періоду, обумовленого в контракті, заповнити туристами. При цьому вона гарантує оплату 30-80 % виділеної квоти місць, навіть якщо вони не будуть використані

- A. Договір про квоту місць з гарантією заповнення 30-80%
- B. Договір про квоту місць без гарантії заповнення
- C. Договір про тверду закупівлю місць з повною оплатою
- D. Договір про поточне бронювання

2. Договір за яким фірма не бере на себе ніякої гарантії заповнення виділеної їй квоти місць

- A. Договір про квоту місць з гарантією заповнення 30-80%
- B. Договір про квоту місць без гарантії заповнення
- C. Договір про тверду закупівлю місць з повною оплатою

D. Договір про поточне бронювання

3. Договір за яким фірма гарантує готелю повну оплату виділеної квоти місць, незалежно від їх заповнення

- A. Договір про квоту місць з гарантією заповнення 30-80%
- B. Договір про квоту місць без гарантії заповнення
- C. Договір про тверду закупівлю місць з повною оплатою
- D. Договір про поточне бронювання

4. Договір для туристських фірм за яким фірма не отримує від готелю ніякої квоти місць

- A. Договір про квоту місць з гарантією заповнення 30-80%
- B. Договір про квоту місць без гарантії заповнення
- C. Договір про тверду закупівлю місць з повною оплатою
- D. Договір про поточне бронювання

5. Обов'язкові елементи договору туристичної фірми з готельним підприємством

- A. тип номерів і необхідне їх число
- B. тривалість (сезони) обслуговування
- C. вільні періоди
- D. усі відповіді вірні

6. Обов'язкові елементи договору туристичної фірми з підприємством харчування

- A. кількість одноразово обслуговуваних туристів
- B. зразки варіантів меню
- C. граничні терміни зняття замовлення без пред'явлення штрафних санкцій
- D. усі відповіді вірні

7. Міжнародні взаємовідносини по організації автотранспортних перевезень туристів регулюються Європейською угодою про нерегулярні міжнародні перевезення пасажирів автобусами, прийнятим в Дубліні

- A. 7 квітня 1982 р
- B. 17 березня 1982 р
- C. 4 жовтня 1982 р
- D. 26 травня 1982 р

8. Країни в яких при організації нерегулярних міжнародних пасажирських перевезень повинен використовуватися спеціальний контрольний документ (листи поїздок), який повинен знаходитися на борту автобуса?

- A. країни Східної Європи

- В. країни Східної Європи та Азії
- С. країни Східної і Західної Європи
- Д. країни Західної Європи

9. За договором оренди транспортного засобу з екіпажем орендодавець (АТП) надає орендареві (турфірмі)

- А. транспортний засіб в тимчасове володіння
- В. користування за плату
- С. робить своїми силами послуги з управління їм і по його технічній експлуатації
- Д. усі відповіді вірні

10. В договорі з автотранспортним підприємством необхідно обумовити наступне

- А. максимальні терміни очікування автотранспорту при запізненні туристів
- В. максимальні терміни очікування туристів при запізненні (неподанню) автотранспорту
- С. знижки і пільги (можливі варіанти)
- Д. усі відповіді вірні

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 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.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.

10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покоłodна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва , Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuv.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 7 «Управління персоналом на підприємстві туроператора та якістю туристичного обслуговування» Семінар – дискусія

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Ліцензування і стандартизація туристичної діяльності.
- 2) Кваліфікаційні вимоги до спеціалістів в сфері туроперейтингу.
- 3) Сучасні методи та технології розвитку персоналу.
- 4) Система оцінки якості роботи персоналу.
- 5) Нормативні аспекти регулювання праці персоналу в туристичній діяльності.

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Характерною особливістю роботи в сфері туроперейтингу є те, що працівники підприємства виступають

- A. організаторами
- B. виробниками
- C. організаторами та виробниками процесу праці
- D. немає правильної відповіді

2. Наявність у туристичній сфері неприйнятних умов обумовлена

- A. низьким рівнем продуктивності праці, отриманим з соціально незахищених верств населення
- B. низькою заробітною платою
- C. високим статусом і фактичною відсутністю професіоналізму
- D. усі відповіді вірні

3. До викликів, з якими сьогодні стикаються організації та менеджери сфери туроперейтингу відносяться

- A. труднощі в здійсненні набору та відбору працівників; складність у забезпеченні високоякісним туристичним продуктом все більш вимогливого та проникливого клієнта;
- B. потреба у постійному розвитку їх компетентності; необхідність підтримки достатньо керованого і мотивованого персоналу;
- C. а і б
- D. немає правильної відповіді

4. Зміна акцентів сьогодні відбувається на користь таких професійних якостей персоналу, як

- A. гнучкість, ініціативність
- B. комунікабельність, інноваційність
- C. вміння грамотно та вчасно реагувати на зміни
- D. усі відповіді вірні

5. В останні роки досягнення ефективних результатів в управлінні персоналом набуває все більшого значення для підприємства-туроператора, адже

- A. є невід'ємною та цінною складовою підвищення його доходів
- B. є невід'ємною та цінною складовою його загальної ефективності;
- C. а і б
- D. немає правильної відповіді

6. Принципи управління персоналом на кожному туроператорському підприємстві повинні ґрунтуватись на

- A. визначених законах і закономірностях розвитку суспільства
- B. результатах живої праці
- C. кодексі управління персоналом на туроператорському підприємстві
- D. Конституції України

7. Найбільш прийнятним на сьогодні є поділ принципів управління персоналом туроператорського підприємства на такі групи, як

- A. морально-етичні, соціальні
- B. загальні, індивідуальні
- C. функціональні, інформативні
- D. усі відповіді вірні

8. Результатом забезпечення єдиного порядку всередині організації, злагодженості дій усіх її елементів завжди є досягнення підприємством ефекту

- A. синергії
- B. децентралізації
- C. інформативності
- D. стратегічності

9. Повнота сутності загальних принципів управління персоналом розкривається також у дотриманні управлінським персоналом таких загальних принципів управління, як

- A. системності, науковості, ієрархічності, дисциплінованості, інноваційності
- B. перспективності, єдиноначальності, економічності, відповідальності
- C. цілеспрямованості, єдності, компетентності, зворотного зв'язку, інформативності
- D. усі відповіді вірні

10. Функціональні принципи управління персоналом туроператорського підприємства ґрунтуються на

- A. виконанні управлінськими кадрами чітко визначених функцій
- B. виконанні управлінськими кадрами визначених правил
- C. a і б
- D. немає правильної відповіді

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туроперейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 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.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
- 10.Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
- 11.Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
- 12.Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
- 13.Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
- 14.Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покоłodна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
- 15.Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.

16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва, Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuv.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 8 «Формування ефективної роботи з клієнтом» Семінар – дискусія

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Засоби ефективного переконання.
 - 2) Правило ділового етикету.
 - 3) Особливості організації ділових зустрічей та ведення переговорів.
 - 4) Специфіка формування турів для людей з особливими потребами.
3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Найважливіший критерій якісної роботи менеджера з продажу турпродукту

- A. здібності до навчання
- B. людський фактор
- C. командна праця
- D. самовіддача

2. Менеджер з продажу турпродукту повинен знати

- A. нормативні документи у сфері туризму

- B. географію країн світу
- C. порядок оформлення договорів і укладення контрактів по реалізації турів
- D. усі відповіді вірні

3. Менеджер з продажу повинен вміти

- A. вирішувати конфліктні ситуації
- B. надавати гарантії заздалегідь сплачених послуг
- C. знаходити мотиви до придбання турпродукту
- D. усі відповіді вірні

4. Нівелювання комунікативних бар'єрів складається з

- A. сприятливий психологічний клімат
- B. гарне враження про менеджера
- C. викликання довіри у клієнта
- D. усі відповіді вірні

5. Автор психологічних прийомів за допомогою яких менеджер може в самому початку ділової бесіди швидко розташувати до себе клієнта і безболісно для його самолюбства схилити до своєї думки

- A. Дейлом Карнегі
- B. Уолтером Мішелем
- C. Конрадом Лоренц
- D. Абрахамом Маслоу

6. Щоб справити хороше враження, менеджеру туристської фірми рекомендується

- A. Позбавитися від напруженості та скутості або, навпаки, фамільярності і розбещеності
- B. Проявляти інтерес до особистості клієнта
- C. Вказувати на моменти схожості з клієнтом
- D. усі відповіді вірні

7. Метод нейролінгвістичного програмування був розроблений у

- A. 1972
- B. 1962
- C. 1974
- D. 1999

8. Метод нейролінгвістичного програмування був розроблений на основі досліджень

- A. Фріца Перлза
- B. Вірджинії Сатір
- C. Мілтона Еріксона

D. усі відповіді вірні

9. Для встановлення довіри з клієнтом на початкових етапах процесу реалізації турпродукту корисні такі рекомендації

- A. використовуйте довірчі інтонації
- B. ваша поза повинна випромінювати впевненість
- C. періодично дивиться в очі покупцеві
- D. усі відповіді вірні

10. Правила застосування пейсинга

- A. При відображенні почуттів акцент робиться не на змісті повідомлення, а на емоційний стан клієнта
- B. Відображаючи почуття клієнта, слід показувати йому, що Ви розумієте його стан
- C. Зрозуміти почуття клієнта можна, по-перше, звертаючи увагу на вживані їм емоційно забарвлені слова (підступний, неприємний, важкий, несподіваний, боляче бачити, важко було уявити тощо)
- D. усі відповіді вірні

4. Виконати індивідуальне завдання

Індивідуальне завдання спрямоване на розвиток науково-дослідної роботи студента. Воно передбачає збір та опрацювання матеріалу за певною темою з подальшим захистом роботи на наукових семінарах чи конференціях різного рівня.

Тематика індивідуальних завдань обирається студентом з запропонованого списку та має бути обов'язково погоджена чи уточнена з викладачем. Враховуючи особисті уподобання студентів, інтереси, здібності можливе обрання теми поза списком. Для цього студент або група студентів (якщо тема передбачає колективне опрацювання матеріалу) має обговорити дане питання з викладачем та погодити тему дослідження. Роботи мають бути здані до кінця семестру в письмовому чи електронному варіанті.

Орієнтовна тематика індивідуальних завдань:

1. Структура, рівні і форми туристського продукту.
2. Організаційно-правові основи діяльності туроператора.
3. Специфіка проектування туру для людей похилого віку.
4. Особливості створення програми туристичного обслуговування для людей з особливими потребами.
5. Планування туристського продукту.
6. Маркетингове дослідження туристичного продукту.
7. Особливості формування збутової мережі в туристській галузі країн ЄС.

8. Тактичні рішення щодо реклами туристського продукту.
9. Нерекламні методи просування туристичного продукту.
10. Специфіка стимулювання продажу і пропаганда туристичного продукту в Україні та країнах Європейського Союзу.
11. Інформаційні технології, як основа розвитку туropolерейтингу.
12. Агентські мережі і способи стимулювання їх активності.
13. Особливості стратегії туристичного обслуговування.
14. Специфіка розвитку програмного туризму в Україні.
15. Зарубіжні представники туropolераторів.
16. Якість обслуговування туристів і способи його регулювання.

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 с.
4. Домбровська С.М. Опорний конспект лекцій з курсу «Туropolерейтинг» для студентів всіх форм навчання напряму підготовки 242 «Туризм». Харків: НУЦЗУ, 2018. 249 с.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туropolерейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.

14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покоłodна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва, Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuv.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ

Семінар 9 «Інформаційні системи та спеціалізовані програмні засоби в туроперейтингу» Семінар – дискусія

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, заслуховування доповідей

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Трансформація роботи туроператорів під впливом змін інформаційних технологій.
 - 2) Перспективи змін туристичної галузі під впливом інформаційних технологій.
 - 3) Порівняльний аналіз програмних пакетів фінансової діяльності.
 - 4) Керування проектами за допомогою технологій MS Project.

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Для успішної діяльності туристичної фірми необхідно використовувати постійний потік правдивої і своєчасної інформації з метою досягнення очікуваного кінцевого результату

- A. збільшення продажів
- B. отримання прибутку
- C. покращення якості обслуговування
- D. усі відповіді вірні

2. Найважливіші досягнення сфери туризму

- A. глобалізація
- B. інтеграція
- C. комп'ютеризація
- D. інновація

3. Ключова ланка в підвищенні економічної ефективності і поліпшенні якості послуг

- A. інформаційно-технічна революція
- B. ефективне автоматизоване інформаційне і технологічне управління
- C. автоматизовані системи управління
- D. немає правильної відповіді

4. Рівні автоматизації

- A. офісна оргтехніка
- B. комп'ютери із стандартним програмним забезпеченням типу Microsoft Office
- C. наявність власних Інтернет-магазинів
- D. усі відповіді вірні

5. Сучасний підхід до управління відділом реалізації і вирішення питань з організації і проведення заходів, що ефективно контролює діяльність комерційного відділу фірми, здійснює групові продажі, аналізує прибутковість заявок, формує цінову політику, складає контракти і контролює їх виконання, здійснює бронювання, продаж і оренду конференц-приміщень, допомагає організувати банкети

- A. ефективне автоматизоване інформаційне і технологічне управління
- B. системи управління продаж послуг споживачу
- C. автоматизовані системи управління
- D. комп'ютеризація

6. Важливою тенденцією розвитку міжнародної туристичної індустрії останніх років стало

- A. підвищення конкурентноздатності послуг на ринку сьогодні
- B. підвищення ефективності роботи
- C. управління продаж послуг споживачу
- D. активне використання систем оптимізації прибутку

7. Автоматизація управління діяльністю туристичної фірми тісно пов'язана із

- A. функціонуванням туристичної фірми і взаєминами з клієнтами
- B. системою збору та аналізу зовнішньої поточної інформації
- C. одержанням максимально можливої віддачі від кожного сегменту ринку
- D. усі відповіді вірні

8. Позитивними сторонами впровадження в практику роботи турфірми автоматизованої інформаційної системи з управління є

- A. зниження тривалості операційного циклу
- B. своєчасна корекція асортименту послуг, що надаються
- C. скорочення витрат ресурсів та вирішення ряду інших завдань
- D. усі відповіді вірні

9. Дозволяє у найкоротший термін виключити з асортименту послуги, які реалізуються невдало, і замінити їх новими, що дозволить отримати економічний ефект за рахунок більш точного визначення категорії клієнтів, часу і зміни смаків тощо

- A. оцінка економічної доцільності інвестицій
- B. скорочення термінів підготовки нових послуг
- C. інформаційна система
- D. підвищення гнучкості процесу обслуговування

10. Проста та зручна, потужна повнофункціональна система, що дозволяє автоматизувати усі облікові та управлінські задачі, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу.

- A. "Парус-Консультант"
- B. "Парус-Підприємство"
- C. "Парус-Турагентство"
- D. "Парус-Готель"

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolейтингу: навч. посіб.К.: ДП "Вид. дім "Персонал", 2016. 156 с.

2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г. Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 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.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Поколодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва , Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbu.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 10 «Мережні технології. Системи бронювання та резервування» Семінар – розгорнута бесіда

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Електронна комерція в туризмі.
 - 2) Система бронювання Amadeus.
 - 3) Система бронювання Galileo 6.
 - 4) Інші закордонні системи бронювання.
 - 5) Вибір системи бронювання.
3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Засіб, який використовують її члени для мобілізації відносин та навчання один в одного

- A. оператор
- B. мережа
- C. бізнесмережа
- D. епіцентр

2. Структура мережі туристичних підприємств та організацій має вигляд

- A. обласні туристські спілки – місцеві туристські організації – національні туристські об'єднання
- B. національні туристські об'єднання – обласні туристські спілки – місцеві туристські організації
- C. обласні туристські спілки – національні туристські об'єднання – місцеві туристські організації
- D. національні туристські об'єднання – місцеві туристські організації – обласні туристські спілки

3. З появою форумів, блогів, Facebook, Twitter, Youtube, Foursquare та інших соціальних мереж туристи стали створювати імідж і впливати на бренд компанії завдяки

- A. своїм повідомленням у соціальних мережах
- B. рекламі
- C. продажу турпродуктів
- D. усі відповіді вірні

4. Механізм контролю ринкової диференціації туристичних підприємств в межах туристичної локації використовується

- A. офіційно
- B. неформально
- C. документовано
- D. усі відповіді вірні

5. Місце, яке можна розглядати, як туристичний продукт, споживання комплексу туристичних заходів, що включають традиції туризму і продаються місцевими туристичними агентствами на туристичному ринку

- A. туристичні маршрути
- B. туристичний ринок
- C. туристичний маркетинг
- D. туристичний менеджмент

6. Туристична локація потребує використання ефективних маркетингових інструментів, таких як

- A. SWOT-аналіз, брендинг, ринкова сегментація
- B. проникнення на ринок, стратегії розвитку і просування, організація дозвілля;
- C. автоматизовані системи управління, ринкова сегментація, стратегії розвитку і просування
- D. немає правильної відповіді

7. Термін, що використовується для реалізації маркетингової концепції й описує організаційний підхід

- A. міжфункціональна координація
- B. орієнтація на ринок
- C. туристичний маркетинг
- D. продуктивність організації

8. Поведінкові компоненти, що формують ринкову орієнтацію

- A. орієнтована на клієнта, ринкова орієнтація конкурента та міжфункціональна орієнтація

В. ринкова орієнтація конкурента, довгострокова перспектива та орієнтована на клієнта

С. ринкова орієнтація конкурента, міжфункціональна орієнтація та отримання прибутку

Д. усі відповіді вірні

9. Відсоток зарубіжних підприємств туризму, що використовують системи бронювання сьогодні

A. 75%

B. 82%

C. 98%

D. 100%

10. Всесвітньо відома розподільна система реального часу, яка може обмінюватися даними зі всіма GDS: Amadeus, Sabre і Galileo

A. Utell

B. SRS

C. Trust

D. Worldspan

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 с.
4. Домбровська С.М. Опорний конспект лекцій з курсу «Туropolерейтинг» для студентів всіх форм навчання на пряму підготовки 242 «Туризм». Харків: НУЦЗУ, 2018. 249 с.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туropolерейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.

10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Поколодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва , Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbuv.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://uatravel.info/>

Семінар 11 «Особливості використання технологій віртуальних турів, відео та фото контенту, як інноваційного напрямку туроперейтингу» Семінар – розгорнута бесіда

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, заслуховування доповідей

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Інформаційні технології в роботі музеїв та інших об'єктів показу й відвідування.
- 2) Віртуальні музеї та тури на ринку турпослуг.
- 3) Особливості формування відеоконтенту.
- 4) Особливості формування фото контенту.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Віртуальний туризм

A. спосіб реалістичного відображення тривимірного багатоелементного простору на пласкому екрані;

B. подорож, метою якого є отримання освіти або поєднання відпочинку з навчанням.

C. налагодження бізнес-контактів, підписання контрактів, розширення виробництва, пошуку постачальників і партнерів за допомогою інтернету.

D. Правильної відповіді немає

2. Найбільше професійне туристичне об'єднання в Україні було створене

A. січень 2016

B. травень 2016

C. лютий 2017

D. вересень 2017

3. Один з найперших туристичних порталів України

A. «Ukraine is»

B. «All-Ukraine»

C. «Discover Ukraine»

D. «UA IGoToWorld»

4. Головна перевага віртуального туризму

A. доступність

B. інтерактивність

C. ціна

D. усі відповіді вірні

5. Музей, що існує у глобальній інформаційно-комунікаційній мережі інтернет завдяки об'єднанню інформаційних і творчих ресурсів для створення принципово нових віртуальних продуктів: віртуальних виставок, колекцій, віртуальних версій неіснуючих об'єктів

A. Ретро музей

B. Віртуальний музей

C. Технічний музей

D. Науковий музей

6. Причини популярності віртуального туризму

- A. брак вільного часу, грошей або через проблеми зі здоров'ям;
- B. прагнення нових вражень;
- C. комфорт подорожі, безпека;
- D. усі відповіді вірні.

7. Один з найважливіших факторів під час вибору місця відпочинку або відвідування

- A. Візуальний
- B. Інформаційний
- C. Ціновий
- D. Культурний

8. Про який напрямок журналістики йдеться у наступному реченні «напрямок у журналістиці, галузь практичної діяльності, що продукує інформацію про подорожі, має за мету заохочувати людей подорожувати, вивчати нові країни, дізнаватися більше про особливості побуту і відомих людей, їх життя, вивчати етнографію, історію, літературу, архітектуру тощо, простежувати зв'язок часів і поколінь, політичний устрій і його вплив на еволюцію»

- A. Туристична журналістика
- B. Агентська журналістика
- C. Інтернет-журналістика
- D. Пресова журналістика

9. Популярна українська авторська телепередача Дмитра Комарова на каналі 1+1, яка виходить з 11 грудня 2010 року

- A. «Світ туризму»
- B. «Світ навиворіт»
- C. «Світ навкруги»
- D. «Світ і подорожі»

10. Найбільш популярна туристична тема в медіа

- A. туристична інфраструктура
- B. туристичні лайфхаки
- C. медійні особи
- D. новинки кіноіндустрії

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.

2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г. Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 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.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Поколодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва , Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>

21. <http://www.nbu.gov.ua/>

22. <https://eric.ed.gov/>

23. <https://uatravel.info/>

Семінар 12 «Рецептивний туropolерейтинг»

Семінар – розгорнута бесіда

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Просування і реалізація турпродукту.
- 2) Види туризму рецептивного українського туropolерейтингу.
- 3) Договір між ініціативним і рецептивним туropolераторами.

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Рецептивні туropolератори

А. особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту

В. особи, які комплектують тури і програми обслуговування в місці прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг

С. особи, які відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю з приймаючим туropolератором або засобом розміщення

Д. особи, які є частиною холдингу та об'єднані в єдиний господарюючий суб'єкт з підприємствами туристичної індустрії

2. Основні функції рецептивного туropolератора полягають у

А. просуванні та продажу українського турпродукту на закордонному ринку; обслуговуванні іноземних туристів в Україні

В. рекламуванні турів, пропонованих туropolераторами, на регіональному ринку за свій рахунок і під свою фінансову відповідальність

С. доведенні достовірної інформації про тур потенційному клієнту

Д. зборі необхідної інформації і документів у клієнта і своєчасна їх відправка туropolератору

3. Характерними рисами рецептивного туроперейтингу як виду туристичної діяльності є

А. необхідність ратифікації численних наднаціональних правових актів і міждержавних угод з метою поглиблення туристичних взаємовідносин України з іноземними державами

В. необхідність використання тільки послуги національних постачальників, рівень якості яких відповідає міжнародним діючим стандартам (перш за все це стосується засобів розташування)

С. власна нормативно-правова база діяльності (у тому числі, спеціалізовані правові акти щодо порядку реєстрації, ліцензування, сертифікації, забезпечення страхування тощо)

Д. всі відповіді вірні

4. Проектування і планування туру має передбачати можливості своєї модифікації в залежності від особливостей потреб приїжджаючих туристів

А. звичайну стиковку туру під час прибуття і відправлення туристів у країну-реципієнт

В. можливі модифікації туру (асортимент пропонованих готелів, кількість і якість трансферу й екскурсій, умови страхування, організації заходів дозвілля), необхідні для максимального задоволення потреб туристів, які визначаються їх національною приналежністю, соціальним статусом, самоцілями подорожі і так далі

С. кількість днів, проведених інкам-туристами

Д. всі відповіді вірні

5. Внутрішній туроперейтинг

А. правильна відповідь відсутня

В. вид туроперейтинга, який планує, просуває і реалізовує внутрішній та зовнішній турпродукт, – тобто тури та по території своєї країни та поза межами території для своїх співгромадян та іноземних громадян

С. вид туроперейтинга, який планує, просуває і реалізовує зовнішній турпродукт, – тобто тури поза межами території своєї країни для іноземних громадян

Д. вид туроперейтинга, який планує, просуває і реалізовує внутрішній турпродукт, – тобто тури по території своєї країни для своїх співгромадян

6. Переваги внутрішнього туроперейтингу (інсайдингу)

А. правильна відповідь відсутня

В. збільшує розміри капіталовкладень у міжнародні підприємства сфери туризму

С. є нестабілізуючим чинником на ринку робочої сили

Д. призводить до вирівнювання рівнів життя в регіонах іноземних країн

7. Характеристика будь-якого блоку місць

- A. кімнати конкретної категорії або місткості без фіксування їхнього номера
- B. конкретні номери, список яких вказується в додатку до договору купівлі блоку
- C. перелік кімнат із зазначенням їх категорійної приналежності, право користування якими належить операторові
- D. всі відповіді вірні

8. В залежності від ступеню прийнятого туроператором ризику блоки можна класифікувати на

- A. вертикальні та горизонтальні
- B. плоскі й опуклі
- C. тверді та м'які
- D. північні, південні, західні та східні

9. В залежності від розміру блоків, що отримуються, вони можуть бути

- A. ексклюзивні, великі, значні, незначні
- B. великі, значні, незначні
- C. просторі, непросторі
- D. дуже великі, великі, значні, не дуже значні

10. Договір з авіакомпанією на квоту місць на регулярних авіарейсах включає

- A. підготовка кадрів для обслуговування цього устаткування
- B. межі можливих продаж
- C. за цією ціною продаються авіаквитки
- D. знижки і пільги на квоту місць

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туроперейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 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.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.

6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук'янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покогодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

21. <https://tourlib.net/>
22. <http://www.nbu.gov.ua/>
23. <https://eric.ed.gov/>
24. <https://uatravel.info/>

Семінар 13 «Ініціативний туроперейтинг» Семінар – розгорнута бесіда

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Мета, критерії і етапи оцінки туристичного ринку країни-партнера.
- 2) Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.
- 3) Розподіл робіт між службами та підрозділами в процесі надання туристичних послуг.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Ініціативні туроператори

А. особи, які відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю з приймаючими туроператором або засобом розміщення

В. особи, які відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю з приймаючими туроператором або засобом розміщення

С. особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту

Д. особи, які комплектують тури і програми обслуговування в місці прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг

2. Відмінність ініціативних туроператорів від туристських агентств, що займаються виключно продажем чужих турів, є те, що вони займаються комплектацією туристського продукту, що складає (за нормами ЮНВТО) з не менш ніж скількох послуг

- A. 1
- B. 2
- C. 3
- D. 4

3. Ініціативний туроператор

А. відповідає перед туристом за основні послуги, а також за додаткові

В. формує складні маршрутні тури, комплектуючи їх з послуг місцевих туроператорів в різних місцях відвідування, забезпечує проїзд до місця початку подорожі і назад та організовує надання внутрішньомаршрутних транспорту

С. зобов'язаний мати повну інформацію про номенклатуру, зміст і якість усіх додаткових послуг приймаючого партнера, перевіряти їх особисто перед початком сезону і інформувати про це туристів

Д. всі відповіді вірні

4. В обов'язки відправляючого туроператора не входять

- A. просування та продаж українського турпродукту на закордонному ринку; обслуговування іноземних туристів в Україні
- B. оплачувати штрафні санкції
- C. своєчасний переказ грошових коштів за "наземне обслуговування" своїх туристів приймаючій туроператорській компанії
- D. повідомляти приймаючій туроператорській компанії інформацію про туристів

5. Аутгоінг потребує уміння враховувати цілий ряд чинників, окрім

- A. правильна відповідь відсутня
- B. особливості організації роботи населення країни-реципієнта
- C. часові пояси
- D. психічні і соціальні особливості працівників зарубіжних фірм

6. Важливими моментами, що впливають на випереджальний розвиток в Україні саме ініціативного туроперейтинг є

- A. необхідність використання тільки послуги національних постачальників, рівень якості яких відповідає міжнародним діючим стандартам
- B. власна нормативно-правова база діяльності (у тому числі, спеціалізовані правові акти щодо порядку реєстрації, ліцензування, сертифікації, забезпечення страхування тощо)
- C. виникнення в постперебудовний період великого попиту на закордонні поїздки на тлі зниження попиту росіян на внутрішній туризм
- D. всі відповіді вірні

7. Зовнішні завдання діяльність українського ініціативного туроператора

- A. правильна відповідь відсутня
- B. передбачають організацію формування через іноземного партнера туристичного продукту і якісного прийому і обслуговування українських туристів за кордоном
- C. включають просування і продаж іноземного турпродукта на внутрішньому туристському ринку і забезпечення міжнародних перевезень українських туристів
- D. відповіді B, C є вірними

8. Внутрішні завдання діяльність українського ініціативного туроператора

- A. правильна відповідь відсутня
- B. передбачають організацію формування через іноземного партнера туристичного продукту і якісного прийому і обслуговування українських туристів за кордоном

С. включають просування і продаж іноземного турпродукта на внутрішньому туристському ринку і забезпечення міжнародних перевезень українських туристів

Д. відповіді В, С є вірними

9. Представники фірми-туроператора постійно спілкуються з туристом, особливо це стосується

А. зустрічі в аеропорту

В. зустрічі в аеропорту та трансферу в готель

С. зустрічі в аеропорту, трансферу в готель та організації дозвілля

Д. зустрічі в аеропорту, трансферу в готель, організації дозвілля та трансферу з готелю

10. У обов'язки готельного гіда – представника туроператора або бригади помічників готельного гіда входить

А. реклама та продаж екскурсій, що організуються туроператором, інформування про порядок їх проведення та необхідні речі

В. надання консультативної допомоги у разі потреби, залагодження конфліктних ситуацій

С. ознайомлення з правилами поведінки у готелі, надання інформації про розміщення основних функціональних зон та служб, послуги, що тут надаються, умови їх отримання та оплати і т. п.

Д. всі відповіді вірні

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туроперейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 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.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.

8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
10. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
11. Лук`янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
13. Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покогодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
16. Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва , Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
18. Смирнов, І. Г. -Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
19. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

20. <https://tourlib.net/>
21. <http://www.nbu.gov.ua/>
22. <https://eric.ed.gov/>
23. <https://ua.igotoworld.com/>
24. <https://ecohotels.in.ua/>
25. <https://uatravel.info/>

Семінар 14 «Консолідований туроперейтинг» Семінар – розгорнута бесіда

Методи контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмове індивідуальне тестування, розв'язання задач та ситуацій.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацювати конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Порівняльний аналіз рівня розвитку ринку туристів консолідаторів Азії та Європи.
 - 2) Стан ринку консолідованого туризму в Україні.
 - 3) Переваги та недоліки роботи з туристичними фірмами консолідаторами.
3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Консолідовані туроператори

- А. особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту
- В. особи, які відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю з приймаючими туроператором або засобом розміщення
- С. особи, які є частиною холдингу та об'єднані в єдиний господарюючий суб'єкт з підприємствами туристичної індустрії
- Д. особи, які комплектують тури і програми обслуговування в місці прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг

2. Стосовно деяких своїх продуктів туроператор може виступати як

- А. рецептивний
- В. агент із продажу готових пакетів, сформованих іншими туроператорами
- С. ініціативний
- Д. всі відповіді вірні

3. Результатом тривалої консолідації туристичного бізнесу з іншими супутніми галузями є

- А. акціонерне товариство (АТ)
- В. транснаціональні банки (ТНБ)
- С. транснаціональні корпорації (ТНК)
- Д. правильна відповідь відсутня

4. Більшість ТНК у туризмі базуються в країнах так званої «Тріади»

- А. США, Гонконг, Японія
- В. США, Україна, Японія
- С. США, Гонконг, Канада
- Д. Сінгапур, Гонконг, Японія

5. Залежно від галузі функціонування, ТНК у туристичній сфері можна поділити на груп

- A. 1
- B. 2
- C. 3
- D. 4

6. До 500 найбільших ТНК світу увійшли лише корпорації індустрії розваг та відпочинку, материнські компанії яких розташовані у

- A. Японії
- B. США
- C. Україні
- D. Канаді

7. Ринковий вплив ТНК особливо яскраво проявляється у туристичному напрямі

- A. північноєвропейському
- B. південноєвропейському
- C. східноєвропейському
- D. західноєвропейському

8. Передумова зростання концентрації виробництва та економічної міцності ТНК

- A. виконання зовнішніх завдань діяльності туроператорів
- B. зростання кількості консолідаторів
- C. монополізація технологій розподілу мегакорпораціями
- D. всі відповіді вірні

9. За результатами діяльності у 2007 р. показник валової виручки яких двох найбільших туристичних концернів Європи становив більше 30,5 млрд євро?

- A. TUI та Thomas Cook
- B. Rewe-Touristik та Thomas Cook
- C. Rewe-Touristik та TUI
- D. Rewe-Touristik

10. Традиційними лідерами серед туристичних концернів Європи вважаються концерни

- A. Франції, Чехії, Польщі та Швеції
- B. Нідерландів, Іспанії, Португалії та Болгарії
- C. Греції, Австрії, Бельгії та Данії
- D. Німеччини, Великобританії, Італії та Швейцарії

Список рекомендованої літератури

Основна

1. Баєв В.В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб.К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
2. Білогурова Г. В. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 49 с.
3. Воронкова, В. Г.Маркетинг соціальних послуг : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, Професіонал, 2008. 576 с.
4. Домбровська С.М. Опорний конспект лекцій з курсу «Туropolерейтинг» для студентів всіх форм навчання напряму підготовки 242 «Туризм». Харків: НУЦЗУ, 2018. 249 с.
5. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності, Підручник. М.: Фінанси та статистика. 2005. 288 с.
6. Льбіна Е.Н. Туropolерейтинг: організація діяльності, Підручник. М.: Фінанси і статистика, 2005. 256 с.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту, Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні, Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Козловський, Євген Вікторович., Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2015. 268 с.
- 10.Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, 2017. 100 с.
- 11.Лук'янов, В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 336с.
- 12.Любіцева О.О. Методика розробки турів, Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
- 13.Мальська, М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : ЦУЛ, 2014. 544 с.
- 14.Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б., Покогодна М.М., Сегеда І.В., Організація туризму, Підручник. За ред. Писаревського І.М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
- 15.Писаревський І. М., Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 303 с.
- 16.Погасій С.О., Тонкошкур М.В. Технологія туристської діяльності, Конспект лекцій для студентів 2 курсу усіх форм навчання напряму підготовки Туризм. Харків: ХНАМГ, 2012. 154 с.
- 17.Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва , Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

- 18.Смирнов, І. Г. -Логістика туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
- 19.Туโรปерейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с

Інформаційні ресурси

- 20.<https://tourlib.net/>
- 21.<http://www.nbuiv.gov.ua/>
- 22.<https://eric.ed.gov/>
- 23.<https://ua.igotoworld.com/>
- 24.<https://ecohotels.in.ua/>
- 25.<https://uatravel.info/>

Навчальне видання

Романуха Олександр Миколайович
Горіна Ганна Олександрівна

Кафедра економіки та бізнесу

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»**

Формат 60x84/8. Ум. др. арк.

Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського
50042, Дніпропетровська обл.,
м.Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.
Свідоцтво суб'єкту видавничої
справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р.