

1.Код: ПП1.17

2.Назва: **ТУРОПЕРЕЙТИНГ**

3.Тип (обов'язковий / вибірковий): обов'язковий

4.Цикл (короткий, перший, другий /третій): професійної підготовки

5.Рік навчання, коли пропонується цей компонент: третій

6.Семестр/триместр, коли забезпечується компонент: 6 семестр

7.Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 3

8.Прізвище лектора: Кравченко А.В.

9.Результати навчання:

**знання:** поняття «туристичний продукт», його властивості та класифікацію; види туropolерейтингу та сучасних туropolераторів світового ринку турпослуг; профіль діяльності туropolератора, типологію турів в залежності від мети подорожі туристів; основні напрями діяльності туropolераторів України та за кордоном; основні етапи діяльності туropolератора (тур-проекування, тур-планування, просування та збут тур-продукту); правові основи туристичної діяльності туropolератора; документообіг туropolерейтингу; **вміння:** досліджувати та аналізувати середовище вітчизняного та міжнародного туropolерейтингу; здійснювати збір, обробку, аналіз і систематизацію інформації щодо основних напрямів та етапів діяльності сучасного туropolератора; проектувати тури з урахуванням інноваційних технологій;

**компетентності:** здатність складати плани тур операторської діяльності з метою подальшої апробації їх на туристському ринку і виявлення рівня відповідності запитам споживачів; здатність, організувати порівняльно-аналітичний моніторинг діяльності туropolераторів; здатність проводити регулярну оцінку ступеня задоволеності туристів послугами, що надає туropolератор; здатність знаходити, узагальнювати, аналізувати, синтезувати і критично переосмислювати отриману наукову, довідкову, статистичну та іншу інформацію.

10.Форми запровадження (аудиторне/ дистанційне навчання...): аудиторне/дистанційне

11.Зміст курсу:

**Тема 1. Предмет і об'єкт вивчення туropolерейтингу .**

Понятійно-термінологічний апарат дисципліни. Загальна мета туристичного підприємства і його підрозділів. Поняття й види діяльності туropolератора. Туристичний продукт та його властивості. Класифікація туристичного продукту. Туристичний пакет. Послуги гостинності.

**Тема 2. Види туropolерейтингу та туropolераторів.**

Туropolерейтинг (маршрутизація та сервісно-анімаційне забезпечення, нормативно-правове, документальне, фінансово-комерційне, інформаційно-маркетингове забезпечення ринку). Рецептивні, ініціативні, виїзні, місцеві туropolератори; туropolератори на прийомі, флайтери, нонфлайтери. Зміст і структура, переваги і недоліки, особливості, відмінності, специфіка діяльності різних туropolераторів України і світу. Туристичні оператори масового ринку, туropolератори певного сегменту ринку, туropolератори внутрішнього і зовнішнього ринку.

**Тема 3.Основні напрями роботи туropolераторів.**

Профіль діяльності туropolератора. Монопрофільна та поліпрофільна спеціалізація туropolераторів. Переваги та недоліки. Типологія і класифікація турів за різними ознаками. Спеціалізація на певному продукті, послугі, сегменті ринку. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Місцеві туropolератори. Організація турів для внутрішнього туризму. Виїзні туropolератори.

**Тема 4. Середовище міжнародного туropolерейтингу.**

Зовнішні фактори туropolерейтингу. Чинники мікросередовища туropolерейтингу, чинники макросередовища туropolерейтингу. Турист як фактор мікросередовища туropolерейтингу. Туристичні ресурси як фактор зовнішнього середовища туropolерейтингу. Екзогенні фактори туropolерейтингу.

### ***Тема 5. Основні етапи діяльності туроператора.***

Тур-проекування. Тур-планування. Просування турпродукту Збут турпродукту Реалізація турів. Особливості структурування та відбору сегментів туристського ринку та бізнес-планування діяльності туроператора. Споживчі властивості тур продукту. Складові частини турпродукту: тур, туристсько-екскурсійні послуги, товари. Фази життєвого циклу турпродукту.

### ***Тема 6. Тур-проекування.***

Визначення сегментів туристичного ринку. Маркетингова концепція тур-проекування. Вибір сегментів за різними ознаками. Вимоги сегментних груп та можливості туроператорів. Аналіз конкурентного середовища. Позиціонування турів і туроператорів. Визначення фокус-групи. Диференціація пропозицій туроператорів на конкретному туристичному ринку.

### ***Тема 7. Тур-планування.***

Створення привабливості туристського продукту. Класи обслуговування. Пакет послуг. Тур-планування. Постачальники послуг. Планування туру. Договірний план. Переговори з постачальниками послуг. Схеми роботи туроператорів з підприємствами готельної індустрії. Типова тимчасова шкала туроперейтингової програми. Принципи вибору місць прийому.

### ***Тема 8. Просування турпродукту.***

Взаємодія з агентствами та іншими партнерами по просуванню тур. продукту. Реклама. Стимулювання споживачів. Стимулювання збуту. Організація громадської думки. Теоретичні основи просування продукту. Практичні аспекти використання методів просування тур. продукту. Формування збутової мережі. Підбір партнерів зі збуту. Агентська угода. Методи та нормативна основа реклами тур. продукту. Каталог туроператора як основний носій інформації для просування тур. продукту. Участь у виставках.

### ***Тема 9. Стратегії діяльності туроператора на ринку тур послуг.***

Перспективний аналіз потенційного туристичного підприємства. Аналіз сильних і слабких сторін туристичного підприємства. Стратегічні аспекти діяльності тур. підприємства. Організаційна культура та імідж фірми. Вибір виду стратегії та управління нею. Стратегічне планування та його стадії. Життєвий цикл тур продукту. Стадії стабільності, зростання, повернення та ліквідації.

### ***Тема 10. Документообіг в роботі туроператора.***

Поняття документообігу. Етапи документообігу. Систематизація окремих категорій документів.. Індексція справ. Проходження документів. Документи, що регламентують взаємовідносини туроператорів і туристів. Документообіг між туроператором і тур агентом. Документи туроператора (агентська угода, договір з туристом, анкета туриста, заявка на замовлення туру тощо).

***Тема 11. Автоматизовані системи туроперейтингу.*** Використання ІТ- механізмів в роботі туроператора ( просування сайту компанії, проведення адресних розсилок, розвиток електронних систем бронювання). Computer reservation System, система Amadeus, система бронювання Sabre, інші комп'ютерні системи бронювання.

### ***Тема 12. Правове регулювання діяльності туроператора.***

Правові основи діяльності туроператора. Ліцензування і стандартизація туроперейтингу. Правові основи розрахунків в роботі туроператорів. Загальні схеми взаєморозрахунків. Види відповідальності туроператора перед учасниками туристського ринку.

*12.Рекомендоване або обов'язкове вивчення й інші навчальні ресурси / засоби:*

#### **База**

1. Закон України «Про туризм»: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/>
3. Закон України «Про захист прав споживачів»: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
4. Національний стандарт України «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги». ДСТУ 4268:2003 <https://dnaop.com/html/>

5. Національний стандарт України «Послуги туристичні. Класифікація готелів». ДСТУ 4269:2003. <https://dnaop.com/html/29636/doc>
6. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: <https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/>
7. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. /За ред. В.К. Федорченка. - К.: Вища шк., 2004.-237с.

#### Допоміжна

1. [Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності»](https://zakon.rada.gov.ua/laws/)
2. [Закон України «Про страхування»](https://zakon.rada.gov.ua/laws/)

#### 15. Інформаційні ресурси

1. <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1275-13>
2. [http://tourlib.net/books\\_ukr/pucentejlo52.htm](http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo52.htm)
3. <http://library.iapm.edu.ua/metod/2187.pdf>

13. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання: лекції, лабораторні заняття, самостійна робота.

14. Форми та критерії оцінювання:

Поточний контроль та оцінювання виконання завдань на лабораторних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань. Підсумковий контроль, залік у VI семестрі.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

#### Накопичення балів протягом семестру

№ п/п	Вид діяльності	Кількість балів за дидактичну одиницю	Кількість лекцій, практичних робіт тощо	Загальна кількість балів
1	2	3	4	5
1	Виконання лабораторних робіт	10	6	60
2	Модульна контрольна робота	10	2	20
3	Творча робота/реферат	10	2	20
Результати поточного контролю				100
Загальна кількість балів				100
Підсумкова оцінка				100

Критерії оцінювання.

Сума балів за навчальну діяльність	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи, практики	для заліку
90-100	A	високий: відмінно	

80-89	B	достатній: добре	зараховано
70-79	C		
65-69	D	низький: задовільно	
60-64	E		
35-39	FX	незадовільний (з можливістю повторного складання)	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільний ( з обов'язковим повторним вивченням дисципліни )	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

15. Мова викладання: українська.