

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Методичні вказівки з організації практичних та самостійних робіт
з дисципліни
«Туроперейтинг»

для студентів спеціальності 242 «Туризм» усіх форм навчання

Методичні вказівки з організації практичних та самостійних робіт з дисципліни «Туроперейтинг» для студентів спеціальності 242 «Туризм» усіх форм навчання / Укл.: А.В. Віндюк. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. – 29 с.

Укладач: А.В. Віндюк, д.п.н., професор

Затверджено
на засіданні кафедри
туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Протокол № 1
від «30» серпня 2019 р.

ЗМІСТ

Вступ	4
Мета та завдання навчальної дисципліни	5
Зміст дисципліни за модулями	8
План практичних занять з дисципліни «Туроперейтинг»	10
Питання для самостійної роботи (тематика рефератів) з дисципліни «Туроперейтинг»	14
Завдання для контрольних робіт для студентів заочного відділення з дисципліни «Туроперейтинг»	16
Питання до іспиту з дисципліни «Туроперейтинг»	18
Література для підготовки до практичних занять та виконання самостійної роботи	21
Розподіл балів, які отримують студенти	24

ВСТУП

Вказівки з організації практичних та самостійних робіт студентів з дисципліни «Туроперейтинг» розроблено з обліком того, що студенти спеціальності 242 «Туризм» відповідають освітньо-професійним програмам підготовки при реалізації робочих навчальних планів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр», вивчають її на курсах нормативних навчальних дисциплін.

Для контролю вивчення дисципліни «Туроперейтинг» передбачені наступні форми організації навчального процесу: лекційні й практичні заняття, написання тематичних рефератів, складання іспиту.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета: набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічних навичок взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпакету, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів.

Завдання: Методичні – викласти теоретичні основи та методологічні особливості формування пакетних та індивідуальних програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу DESTINACIЇ, (регіону, району, країни).

Пізнавальні – сформувати уявлення про сучасний стан розвитку туроперейтингу. Викласти основи взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку. Ознайомити з нормативно-правовим забезпеченням співпраці.

Практичні – формувати практичні навички . з моделювання програм туристичного обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристичних атракцій та визначення мотивації подорожей та удосконалення процесів надання туристичних та паратуристичних послуг в пакетних турах, тощо.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати

загальні компетентності: Здатність до організації процесу обслуговування туристів в процесі споживання туристичного продукту; здатність до моделювання туристичної діяльності; здатність до формування та просування пакетних та індивідуальних турів, а також програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу DESTINACIЇ (регіону, району, країни);

фахові компетентності: – Здатність до встановлення взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку та до оцінювання нормативно-правової основи взаємодії суб'єктів туристичного ринку; здатність організовувати процес створення та розвиток агентської мережі; здатність до сприйняття та впровадження сучасних напрямів удосконалення діяльності туристичних фірм; здатність до визначення

потреб туристичного ринку та формування комплексу відповідних послуг; здатність складати, оформлювати та оперувати туристичною документацією при формуванні та реалізації туристичного продукту; здатність розробляти програми туристичного обслуговування з врахуванням мети подорожей, типу клієнтів та наявних туристичних атракцій здатність до розрахунку вартості туру та встановлення ціни здатність до організації просування та продажу турів.

Удосконалення навчального процесу передбачає підвищення ролі самостійної роботи. З цією метою дещо скорочується обов'язкове аудиторне навантаження і вивільняється час для самостійної діяльності студентів.

Самостійна робота – органічна частина навчального процесу. Вона допомагає глибоко засвоїти матеріал, закріпити знання, поглибити вміння та навички в пізнавальній діяльності, творчо мислити; виховує організованість і дисциплінованість, активність та ініціативу, настирливість у досягненні мети; сприяє виробленню власних прийомів і методів пізнання, вчить раціонально організовувати та контролювати робочий час.

Однією з форм самостійної роботи є **підготовка до практичних занять**, завдання яких полягає в тому, щоб закріпити і поглибити знання, навчити творчо працювати з літературою, виробити вміння аналізувати процеси і події, розвивати здатність до самостійних суджень, висловлювати і відстоювати свої погляди, навчити готувати реферати, повідомлення з окремих питань, виступати з ними на заняттях.

Виконання **домашнього завдання** можливе у вигляді реферату або усної доповіді на практичному занятті.

Реферат – це короткий виклад у письмовому вигляді або у формі доповіді змісту наукової праці, літератури по темі.

Підготовка рефератів – засіб оволодіння методикою і навичками роботи з літературою, використання загальних теоретичних і методологічних положень в ході аналізу певних процесів, явищ, подій, уміння пов'язати матеріал і реальність, обґрунтувати свої висновки. Разом з тим реферат – одна з форм перевірки знань студентів.

Вимоги до оформлення рефератів та контрольних робіт

Реферат або контрольна робота виконуються на одному боці аркуша білого паперу формату А 4 (210 х 297 мм). Текст розташовується через півтора міжрядкових інтервали до тридцяти рядків на сторінці у текстовому редакторі Word шрифтом Times New Roman, 14 кеглем. Допускається розміщувати таблиці та інші ілюстративні матеріали.

Текст реферату або контрольної роботи розміщується на аркуші з дотриманням таких розмірів берегів: з лівого боку – 30 мм, з правого – 10 мм, зверху та знизу – 20 мм. Абзаци в тексті потрібно починати з відступу, що дорівнює 5-и знакам (1,25). Відступи мають бути однаковими впродовж всього тексту. Виділення фрагментів тексту реферату або контрольної роботи **жирним шрифтом** або *курсивом* не дозволяється.

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ЗА МОДУЛЯМИ

МОДУЛЬ 1. ТЕХНОЛОГІЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ТА ТУРПРОЕКТУВАННЯ

Тема 1. Основи туropolерейтингу. Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі.

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни. Етапи розвитку туropolерейтингу. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора. Предмет діяльності туropolератора. Профіль роботи туropolератора. Схема організації роботи туropolератора по розробці і реалізації туристського продукту. Класифікація та види туropolераторів. Функції туropolераторів та турагентів. Схеми реалізації та просування туристичного продукту.

Тема 2. Типологія створення туристичного продукту та формування його асортименту. Правила формування програм перебування туристів.

Програма туристичного обслуговування. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів. Основні етапи розробки туристичного продукту. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова і ін. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму р. точки зору: туристського менеджменту; туристського маркетингу; технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів. Розроблення туру та калькулювання його вартості.

Тема 3. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві.

Форми та стилі обслуговування клієнтів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з

клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.

МОДУЛЬ 2. ПРИКЛАДНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Тема 3. Рецептивний туроперейтинг. Ініціативний туроперейтинг.

Поняття та зміст рецептивного туроперейтингу. Ресурси рецептивного туроперейтингу. Туристичні ресурси рецептивного туроперейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туроперейтингу. Види туризму рецептивного українського туроперейтингу. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг.

Тема 5. Організація туристичних подорожей туроператором.

Організація співпраці між туроператорами. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.). Типова форму (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обов'язки та права туроператора.

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

Практичне заняття 1-2.

Основи туropolерейтингу. Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі

1. Перерахуйте етапи розвитку туropolерейтингу.
2. Розкрийте поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора
3. Які основні цілі діяльності операторів масового ринку та напрямки їх діяльності?
4. Надайте характеристику організації роботи туropolератора по розробці і реалізації туристичного продукту
5. Які існують класифікації та види туropolераторів?
6. Розкрийте функції туropolераторів та турагентів.
7. Порівняйте функції туropolератора і турагента на туристичному ринку.

Практичне заняття 3-4.

Типологія створення туристичного продукту та формування його асортименту. Правила формування програм перебування туристів

1. Охарактеризуйте основні розділи договору між туropolератором і турагентом.
 2. Охарактеризуйте основні етапи проектування туристичного продукту.
 3. Які послуги можуть бути складовими туристичного продукту?
 4. Опишіть схеми співпраці туropolератора з постачальниками послуг.
 5. Охарактеризуйте процес встановлення ціни туropolератором.
 6. Охарактеризуйте види програм перебування туристів.
 7. Визначте особливості складання програми туру.
 8. Виконайте контрольну роботу за темою «Розробка туру за маршрутом Запоріжжя - ____ - Запоріжжя» (обласний центр України за вибором). Перелік можливих питань наводиться нижче.
- Складіть проект програми обслуговування туристів по маршруту Запоріжжя - _____ - Запоріжжя.

Визначте: маршрут подорожі; перелік туристських підприємств - виконавців послуг; період надання послуг кожним таким підприємством; перелік екскурсій і визначних об'єктів, туристських походів і прогулянок; комплекс дозвілевих заходів; тривалість перебування в кожному пункті маршруту; кількість туристів, що беруть участь в подорожі; потреба в гідах, екскурсоводах; необхідна кількість транспортних засобів і вид транспорту для внутрішніх перевезень; форми і кількість рекламних, інформаційних матеріалів, а також листків до туристських путівок з описом подорожі.

Розрахувати витрати на одного туриста, собівартість туру та загальну вартість туру на одного туриста.

Скласти проект договору з АТП, що надає автобуси для обслуговування туристів на маршруті "_____"

Скласти проект договору з готелем в м. _____, що надає розміщення туристів на турі "Запоріжжя – батьківщина козацтва".

Скласти проект договору з рестораном "_____", обслуговуючим ваших туристів харчуванням (повний пансіон) на турі "_____", з вказівкою видів (замовлення, шведський стіл, комплексне обслуговування та ін.) і варіантів обслуговування.

Ваша фірма організовує тур "_____". Власної екскурсійної служби не має і замовляє екскурсії в екскурсійному бюро. Складіть проект договору на цей тур (на рік) з екскурсійним бюро на обслуговування екскурсіями циклічно заїжджаючих груп туристів.

Підготуйте проект договору з музеєм на відвідування його групами ваших туристів по спеціальних заявках.

Розробіть макет рекламного оголошення для конкретного туристського продукту, враховуючи наступні питання:

1. На кого орієнтований туристський продукт?
2. Що ви хочете сказати про якість вашого продукту?
3. Якої форми має бути ваше оголошення?
4. Яких рекламодавців Ви використовуватимете (ЗМІ, рекламні щити, кіоски, ТБ, Інтернет)?
5. Коли повинна вийти ваша реклама?

Практичне заняття 5-6.

Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві

1. Дайте порівняльну характеристику діяльності турагентів за умови укладання договору франчайзингу та договору про партнерство.
2. Заповніть анкету для отримання Шенгенської візи.
3. Якими комунікаційними навичками для спілкування з клієнтами повинен оволодіти менеджер з продажів туристичної фірми.
4. В чому полягають пріоритети у виборі туристичних послуг для різних соціальних груп населення?
5. В чому полягають особливості формування пропозиції інклюзив-турів?
6. Надайте характеристику формам та стилям обслуговування клієнтів.
7. Розкрийте зміст професійної етики та культури обслуговування клієнтів.

Практичне заняття 7-8.

Рецептивний туropolерейтинг. Ініціативний туropolерейтинг

1. Дайте порівняльну характеристику ініціативним та рецептивним туropolераторам.
2. Як формується каталог пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів?
3. Надайте характеристику асортименту послуг туropolераторів?
4. Навести приклади схеми роботи рецептивного туropolератора.
5. В чому особливості договірних відносин, виходячи з технологічних циклів (виробництво, реалізація, споживання) діяльності туropolератора?
6. Визначте особливості формування програм прийому та організації іноземних туристів, особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туropolераторів.
7. Дайте характеристику бонусним програмам національних туropolераторів.
8. Розкрийте зміст поняття «туристичний пакет» як найпопулярнішої форми продажу турпродукту.

Практичне заняття 9-10.

Організація туристичних подорожей туроператором

1. Охарактеризуйте бонусні програми туроператора.
2. В чому полягають особливості формування пропозиції інклюзив-турів?
3. Опишіть процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств.
4. Які правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування?
5. Охарактеризуйте процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.
6. Які особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.?). Наведіть приклади типових форм (зміст) договору (угоди) про співробітництво.
7. Охарактеризуйте особливості договору чартеру (фрахту).
8. Як здійснюється робота чартерного відділу.
9. Дайте визначення «М'який та твердий блок». Наведіть приклади.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ (ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВ) З ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

Виконання індивідуального самостійного завдання можливе у вигляді реферату за наступними варіантами:

1. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора.
2. Класифікація та види туроператорів.
3. Організація турів для внутрішнього туризму.
4. Виїзні (ініціативні) туроператори.
5. Рецептивні туроператори.
6. Функції туроператорів та турагентів.
7. Структура туристичного ринку.
8. Схеми реалізації та просування туристичного продукту.
9. Методи збуту туристичного продукту.
10. Види та форми агентської роботи.
11. Класифікація турагентів.
12. Види агентів. Агентські мережі.
13. Формування збутової мережі туроператорів.
14. Форми організації збуту туристського продукту.
15. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором.
16. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.
17. Асортимент послуг туроператорів.
18. Алгоритм розроблення програми обслуговування.
19. Схеми роботи туроператора по реалізації та організації турів.
20. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми.
21. Програма туристичного обслуговування.
22. Перелік технологічної документації, яка забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів.
23. Основні етапи розробки туристичного продукту.
24. Бонусні програми туроператорів.
25. Правила розроблення програм перебування туристів.
26. Технологічні документи і правила їх оформлення.
27. Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.
28. Порядок і етапи розробки турпродукта.

29. Основні і специфічні потреби туристів.
30. Форми та стилі обслуговування клієнтів.
31. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами.
32. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.
33. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.
34. Поняття та зміст рецептивного туropolейтингу.
35. Туристичні ресурси рецептивного туropolейтингу в Україні.
36. Формуванні взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг.
37. Формування каталогу пропозицій рецептивного туropolейтингу.
38. Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів.
39. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туropolейтингових операторів.
40. Оцінка туристичного ринку країни-партнера.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗАОЧНОГО ВІДДІЛЕННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

Вказівки до виконання контрольної роботи

До методів контролю даної дисципліни можна віднести перевірку конспекту лекцій, перевірку тестових завдань, контрольні роботи, перевірку письмових поточних завдань, екзамен.

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

Для послідовного і чіткого викладу матеріалу слід скласти план роботи.

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

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

Результати самостійної роботи доповідаються на семінарському занятті у вигляді доповіді або здаються для перевірки викладачу.

Варіант 1.

1. Організація співпраці між туроператорами.
2. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.

Варіант 2.

1. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарств та ін.).
2. Типова форму (зміст) договору (угоди) про співробітництво.

Варіант 3.

1. Особливості договору чартеру (фрахту).
2. Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств.

Варіант 4.

1. Процедура бронювання пакетних турів.
2. Порядок бронювання через Інтернет.

Варіант 5.

1. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі.
2. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

Варіант 6.

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

Варіант 7.

1. Основні закордонні туристичні сайти онлайн бронювання.
2. Центри паломництва мусульман.

Варіант 8.

1. Правила розроблення програм перебування туристів.
2. Технологічні документи і правила їх оформлення.

Варіант 9.

1. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми.
2. Програма туристичного обслуговування.

Варіант 10.

1. Класифікація та види туроператорів.
2. Організація турів для внутрішнього туризму.

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЙТИНГ»

1. Етапи розвитку туropolерейтингу.
2. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора.
3. Класифікація та види туropolераторів.
4. Організація турів для внутрішнього туризму.
5. Ініціативні туropolератори.
6. Рецептивні туropolератори.
7. Функції туropolераторів та турагентів.
8. Структура туристичного ринку.
9. Схеми реалізації та просування туристичного продукту.
10. Методи збуту туристичного продукту.
11. Вимоги щодо ліцензування туropolераторської діяльності.
12. Види та форми агентської роботи.
13. Класифікація турагентів.
14. Види агентів. Агентські мережі.
15. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції.
16. Формування збутової мережі туropolераторів.
17. Форми організації збуту туристського продукту.
18. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туropolератором.
19. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.
20. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми.
21. Асортимент послуг туropolераторів.
22. Алгоритм розроблення програми обслуговування.
23. Схеми роботи туropolератора по реалізації та організації турів.
24. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми.
25. Програма туристичного обслуговування.
26. Перелік технологічної документації при формування турів.
27. Основні етапи розробки туристичного продукту.
28. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна.
29. Принципи формування туристських програм обслуговування.
30. Правила розроблення програм перебування туристів.
31. Технологічні документи і правила їх оформлення.
32. Складання програм перебування для різних типів туристів.
33. Порядок і етапи розробки турпродукта.

34. Основні і специфічні потреби туристів.
35. Форми та стилі обслуговування клієнтів.
36. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами.
37. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.
38. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.
39. Поняття та зміст рецептивного туropolерейтингу.
40. Ресурси рецептивного туropolерейтингу.
41. Туристичні ресурси рецептивного туropolейтингу в Україні.
42. Формуванні взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг.
43. Форми співпраці рецептивних туropolераторів з продуцентами туристичних послуг.
44. Формування каталогу пропозицій рецептивного туropolератора.
45. Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів.
46. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туropolераторів.
47. Оцінка туристичного ринку країни-партнера.
48. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.
49. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів.
50. Види та форми агентської роботи
51. Формування збутової мережі туropolераторів.
52. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туropolератором.
53. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту.
54. Типова організаційна структура туropolератора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
55. Класифікація турагентів.
56. Види агентів.
57. Агентські мережі.
58. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції.
59. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.
60. Роль турагентств в турбізнесі.
61. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.
62. Програма туристичного обслуговування.

63. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів.
64. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів.
65. Основні етапи розробки туристичного продукту.
66. Види програм обслуговування: спортивна, освітня; ділова.
67. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування.
68. Розроблення туру та калькулювання його вартості.
69. Бонусні програми туроператорів.
70. Правила розроблення програм перебування туристів.
71. Технологічні документи програм перебування туристів і правила їх оформлення.
72. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.
73. Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.
74. Порядок і етапи розробки турпродукта.
75. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.
76. Оцінка туристичного ринку країни-партнера.
77. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора.
78. Типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво.
79. Особливості договору чартеру (фрахту).
80. Процес бронювання послуг екскурсійних підприємств.
81. Процедура бронювання пакетних турів.
82. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування.
83. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.
84. Основні види автоматизованих систем бронювання в туризмі.
85. Порядок бронювання в режимі он-лайн. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації турів на основі агентського договору.
86. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг.
87. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.
88. Види та форми розрахунків за туробслуговування.
89. Суть і значення якості туристських послуг.
90. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг.

ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Базова

1. Веткин В.А. Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 240 с.
2. Грачева О.Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: Учебно-методическое пособие.– М.: «Дашков и К», 2009. – 276 с.
3. Исмаев Д.К. Основная деятельность туристской фирмы : Учебн. пособ. – М. : ООО Книгодел: МАРТ, 2005. – 158 с.
4. Кабушкин Н.И. Организация туризма : Учебник. – М. : Новое знание, 2003. – 632 с.
5. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. – М.: Герда, 2008. – 368 с.
6. Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. – М. : Менеджмент туризма, 2002. – 288 с.
7. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг: Учебник. – М.: Форум, 2011. – 400 с.
8. Кучеров А.И. Объектное управление. Новационный и инновационный менеджмент в туризме. – М.: Компания Спутник +, 2009. – 208 с.
9. Любавина Н.Л. Технология и организация турагентской деятельности: учебное пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 256 с.
10. Любавина Н.Л. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 288 с.
11. Любіцева О.О. Методика розробки турів : Навчальний посібник. – 2-е вид., перероблене та доповнене. – К. : Альтерпрес, 2008. – 300 с.
12. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К. : Альтерпрес, 2003. – 436 с.
13. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей : Навч. посібн. – К. : КНТЕУ, 2003. – 156 с.
14. Писаревський І.М., Погасій С.О., Андренко І.Б. та ін. Організація туризму : Підручник. За ред. Писаревського І.М. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 541 с.

15. Сухов Р.И. Организация работы туристского агентства: Учеб. Пособие. – М.: ИКЦМарт, 2005. – 144с.
16. Устименко, Л.М. Основы туризмознавства : навчальний посібник. – 2-ге вид., перероблене та доповнене. – К. : Альтерпрес, 2011. – 345 с.
17. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. – М.:ИКЦ «МарТ», 2004. – 416 с

Допоміжна

18. Нормативно-правові акти України з питань туризму. Збірник законодавчих та нормативних актів / Упоряд. М.І Камлик. – К.: Атіка, 2004. – 464 с.
19. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : Навчальний посібник. – К. - Альтерпрес, 2004. – 288 с.
20. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса. Учебн. пособие. – Одесса, "Черноморье", 2011. – 244 с.
21. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. – М.: Номедж, 2009. – 366 с.
22. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 240 с
23. Мальська М.П., В.В. Худо, В.І. Цибух. Основы туристичного бізнесу : Навч. посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
24. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. – К.: Рокор, 2002. – 256 с.
25. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. Чудновского А.Д. – М., 2009. – 448 с.
26. Федорченко В.К. Туристський словник-довідник. – К., 2000. – 438 с.
27. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : Навч. посібн. – К. : Атіка, 2006. – 254 с.

Інформаційні ресурси

28. Державна туристична організація України – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <www.tourism.gov.ua.> [Посилання дійсне на 15.06.2017 р.]

29. Туризм и путешествия – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <www.tour.com.ua.> [Посилання дійсне на 15.06.2017 р.]
30. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <[www. world – tourizm.org](http://www.world-tourizm.org).> [Посилання дійсне на 15.06.2017 р.]

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Бали отримані студентом за два модулі та бали за екзамен підсумовуються та вираховується середнє арифметичне.

Оцінювання знань студентів за результатами поточного та модульного контролю знань, у балах

1 модуль (максимум балів)		2 модуль (максимум балів)	
Практичні	25 (5 практ.*5)	Практичні	25 (5 практ.*5)
Самостійна робота	25	Самостійна робота	25
Індивідуальне завдання	25	Індивідуальне завдання	25
Модульна контрольна робота	25	Модульна контрольна робота	25
Всього	100	Всього	100

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
85-89	B	добре	
75-84	C		
70-74	D	задовільно	
60-69	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

[illegible]

