

**Силабус курсу  
Технологія формування туру**

Освітній ступінь – бакалавр  
Галузь знань: 24 Сфера обслуговування  
Спеціальність: 242 Туризм  
Освітньо-наукова програма «Туризм»  
Кількість кредитів – 4

Рік підготовки, семестр – 3 рік, II семестр

Компонент освітньої програми: вибіркова

Дні занять:  
Консультації:

Мова викладання: українська



**Керівник курсу**

к. геог.н., доц. Поплавська Інна Володимирівна

**Контактна інформація**

[inna18@tnpu.edu.ua](mailto:inna18@tnpu.edu.ua); 0352-43-61-54

**Опис дисципліни**

Метою викладання навчальної дисципліни “Технологія формування туру” є формування у студентів системи теоретичних знань та прикладних вмінь і навичок щодо методологічного апарату технології формування туру для вирішення конкретних економічних завдань, що виникають у сфері туристської індустрії при розробці або просуванні нового турпродукту, заснуванні власного туристичного бізнесу, управлінні туристичними підприємствами або використанні послуг, що вони надають.

**Навчальний контент**

	Теми	Результати навчання
	<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи технології турпроекування</b>	
1	Тема 1. Основні функції технології формування туру	<i>Знати.</i> Вимоги до організації турів. Національні та міжнародні рекомендації і стандарти. Забезпечення повноти якості обслуговування, безпеки туристів. Презентативна та репрезентативна функція туроператора.
2	Тема 2. Тур - основний продукт туристського підприємства	<i>Знати.</i> Економічна сутність туру як різновиду товару. Типи турів. Класифікація турів. Тур і туристський маршрут: основні поняття, подібності і розрізнув. Основні підходи до типології та класифікації туристських маршрутів. Побудова туристських маршрутів в залежності від типів турів. Турпакет, його основні характеристики. Компоненти турпакета. Основні і додаткові послуги.
3	Тема 3. Основні етапи маркетингового дослідження ринку, принципи аналізу ринку споживачів і конкурентного середовища.	<i>Знати.</i> Цілі і завдання стадії планування турів. Вимоги до планування турів. Перший етап планування турів (дослідження і аналіз). концепція маркетингу на стадії планування. Основні напрямки вивчення ринку попиту і пропозиції. Процедура оцінки та вибору найбільш перспективних турів. Диференціація пропозицій туроператорів на конкурентних ринках. Джерела інформації. Характеристики об'єктів дослідження: споживачі, ринок пропозиції, власне підприємство, зовнішнє середовище, постачальники. Формування задуму туру.

4	Тема 4. Сегментування туристичного ринку. Фокус-група	<i>Знати.</i> Сегментування за географічним принципом. Сегментування за економічним принципом. Сегментування на принципах кількісної переваги туристів. Вікове сегментування. Сегментування за принципами туристичних уподобань. Сегментування за цілями туру
5	Тема 5. Формування програм туристичного обслуговування	<i>Знати.</i> Характеристика термінів: "програмне обслуговування в туризмі", "програма перебування туристів". Елементи програми туристичного обслуговування. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів. Види програмних заходів та їх характеристика. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Програма туристичного обслуговування. Правила розробки програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна, спортивна, освітня, ділова та інші. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму з точки зору: туристичного менеджменту, туристичного маркетингу, технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів. Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.
6	Тема 6. Технологія створення туристичного продукту, формування його асортименту	<i>Знати.</i> Зміст робіт з туристичного проектування. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора. Етапи розробки туру. Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Графоаналітичні моделі програм обслуговування. Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку. Визначення портрету споживача й потреб туристів. Стадії планування туристичного пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками. Типова тимчасова шкала туроперейтингової програми. Принципи вибору місць прийому. Послідовність робіт стосовно вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення, засоби розміщення, тривалість туру. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку. Перелік технологічної документації при формуванні турів. Калькулювання вартості туру.
7	Тема 7. Три рівня туристського продукту. Концепція життєвого циклу туристського продукту.	<i>Знати.</i> Другий етап планування турів (формування основного комплексу послуг, включаються в тур). Підходи, які застосовуються до формування комплексу послуг в залежності від типів турів. Облік запитів і потреб споживачів туристського продукту. Формування на ринку конкурентної переваги, заснованого на внутрішніх можливостях підприємства. принципи підбору партнерів і постачальників послуг. Облік чинників зовнішнього середовища.

<b>Змістовий модуль 2. Технологія турпланування. Схеми роботи туроператора з основними постачальниками туристичних послуг</b>		
8	Тема 8. Схема співробітництва туроператора з підприємствами готельної індустрії та іноземними meet-компаніями	<i>Знати.</i> Схеми роботи туроператорів з meet-компаніями: разові заявки, квотна форма співпраці, туристичний кредит. Договірні відносини між туроператором та meet-компанією. Обов'язки туроператора та meet-компанії. Схеми співпраці туроператора і готельєра: Оренда готелю, придбання блоків кімнат на умовах комитменту, купівля блоку місць на умовах елотмент, безвідкличне бронювання, пріоритетне бронювання, підвищена комісія, робота за разовими заявками.
9	Тема 9. Схема роботи сучасного туроператора з авіапідприємствами та з підприємствами круїзної індустрії	<i>Знати.</i> Особливості роботи авіакомпаній з туроператорами. Організація чартерних превезень. Види чартерних програм. Договірні відносини з авіакомпаніями. Зобов'язання авіакомпанії перед туроператором та перед туристами. Особливості роботи туроператора з регулярними перевізниками. За договором фрахту пасажирського круїзного судна перевізник. Аналіз каютного фонду. Права та обов'язки судновласників та круїзних туроператорів перед туристами та перед один одним. Специфіка обслуговування круїзних туристів та укладання програм обслуговування.
10	Тема 10. Схема роботи сучасного туроператора зі страховими компаніями	<i>Знати.</i> Програма страхування медичних та інших непередбачених витрат громадян, що виїжджають за кордон або подорожують Україною. Програма страхування від нещасних випадків під час поїздки. Програма страхування витрат на випадок неможливості здійснити заздалегідь оплачену поїздку. Програма страхування особистого майна громадян на час їхньої відсутності в рідному місті. Розмір страхових тарифів програми страхування туристів. Зобов'язання страхових компаній. Зобов'язання тур операторських компаній.
11	Тема 11. Документообіг в при формуванні та просуванні туру.	<i>Знати.</i> Класифікація документів. Статутні документи. Бухгалтерські або статистичні документи. Документація про роботу з постачальниками. Документи, які регламентують відносини туроператора і агентів. Документи, які регламентують взаємовідносини туроператорів і туристів
12	Тема 12. Ціноутворення туристського продукту	<i>Знати.</i> Ціноутворення тур продукту: основні етапи та методи формування асортименту туроператора. Розрахунок точки беззбитковості на рівні групового туру. Розрахунок точки беззбитковості на рівні фірми. Методи ціноутворення.
13	Тема 13. Основні цілі та інструменти просування туристичного продукту	<i>Знати.</i> Формування збутової мережі. Підбір партнерів зі збуту. Агентська угода. Методи та нормативна основа реклами туристського продукту. Тактичні рішення з реклами. Стимулювання продажу і пропаганда туристського продукту. Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристського продукту. Участь у виставках.

14	Тема 14. Різновиди агентських мереж. Способи стимулювання агентської діяльності.	<i>Знати.</i> Робота з агентствами. Класифікація агентств від ступеня залежності від туристичного оператора. Типи агентських мереж. Стратегії створення агентських мереж. Стимулювання роботи агентств. Стимулювання роботи агентств. Тема 3. Реклама в туроператорській діяльності ( 2 год) Специфічні функції і основні носії туристської реклами. Основні практичні інструменти проведення PR-акцій. Стимулювання споживачів.
----	--	--

### Формування програмних компетентностей

Індекс в матриці ОП	Програмні компетентності
ЗК04.	Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу
ЗК 06.	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
ЗК07.	Здатність працювати в міжнародному контекст
ЗК08.	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій
ЗК 09.	Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми
ФК 01.	Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності
ФК02.	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
ФК 03.	Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій
ФК 04.	Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління
ФК 05.	Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів
ФК 06.	Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)
ФК 07.	Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту
ФК 08.	Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем
ФК10.	Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал
ФК 12.	Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу

ФК13.	Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації
ФК 16.	Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу
ПР 01.	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.
ПР 06.	Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.
ПР07.	Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.
ПР 08.	Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.
ПР09.	Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.
ПР 12.	Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.
ПР 16.	Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.

### Літературні джерела Основна

1. Закон України «Про внесення змін до закону України «Про туризм» 18.11.2003 р., № 1282 – IV // Туристична діяльність в Україні: Нормативно – правове регулювання/ Роїна О.М. (2-е вид., змін. та доп.). – К.:КНТ,2006. – С. 5 – 29.
2. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: Вид-во Альтпрес, 2009. – 288 с.
3. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. / Н. М. 10 Ганич, Н. В. Антонюк, М. П. Мальська. – Київ: Знання, 2008 р. – 661 с.
4. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посіб / О. О Любіцева. – Київ: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
5. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: шдручник / О.О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335с.
6. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: шдручник. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ: Знання, 2008. – 661 с.
7. Михайліченко Г. Л. Практика організації туристичних подорожей: навч. посіб / Г. Л. Михайліченко. – Київ: КНТЕУ, 2003. – 156 с.
8. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Т. Г. Сокол. – Київ: Грамота, 2006. – 264 с.
9. Ткаченко Т. Л. Сталий розвиток туризму: теорія, методолоія, реалії бізнесу: монографія / Т. Л. Ткаченко. – Київ: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
10. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб / Н. В. Чорненька. – Київ: Атіка, 2006. – 254 с.
11. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти), 3-є вид., перероб. та доп. / О. О. Любіцева. – Київ: Альтпрес, 2005. – 436с.
12. Максименко С. В. Туристская деятельность: международно- правовые аспекты. / С. В. Максименко. – Одесса: Латстар, 2001. – 168с.
13. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. – Київ: КНТЕУ, 2008. – 494 с.

14. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т. Г. Сокол. – Київ: Рокор, 2001. – 200 с.

#### Інтернет-ресурси

15. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua)  
16. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua)  
17. Туристичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tour.com.ua](http://www.tour.com.ua)

#### Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

#### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (теми 1-7) усне опитування, тести, завдання	40
Модуль 2 (теми 8-14) усне опитування, тести, завдання	40
Залік (теми 1-14) – тести, завдання	20

#### До Силабусу також готуються матеріали навчально-методичного комплексу:

- 1) Навчальний контент (розширений план лекцій)
- 2) Тематика та зміст парктичних робіт
- 3) Завдання для комплексної контрольної роботи (ККР)
- 4) Електронне навчання в системі MODLE