

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

з дисципліни
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський) _____
галузь знань 24 «Сфера обслуговування» _____
спеціальність 242 «Туризм» _____
освітня програма «Туризм» _____
спеціалізація _____
вид дисципліни _____ обов'язкова _____
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.е.н., доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Алексєєва Т. І.

2020/ 2021 навчальний рік

1. Навчальний контент

Тема 1. Теоретичні основи туropolерейтингу

Туropolерейтинг як навчальна дисципліна. Предмет, мета та завдання курсу. Зв'язок туropolерейтингу з іншими навчальними дисциплінами. Поняття туropolерейтингу, сутність та основні дефініції. Основні елементи комплексу туropolерейтингу: планування та реалізація турів, обслуговування туристів по туру. Туropolератор та його основні функції. Місія та цілі туropolератора. Класифікація та види туropolерейтингу і туropolераторів. Сучасний ринок і географія туropolерейтингу. Середовище міжнародного туropolерейтингу: зовнішні і внутрішні чинники. Фактори макро- і мікросередовища.

Тема 2. Турпродукт як результат діяльності туropolератора

Турпродукт як комплекс туристських послуг. Структура, рівні та форми туристського продукту. Класифікація функцій туристичного оператора та туристичних агентств. Стратегії менеджменту туристського продукту. Економічна сутність туру як різновиду товару. Типи та класифікація турів. Основні підходи до типології та класифікації туристських маршрутів. Побудова туристських маршрутів в залежності від типів турів. Турпакет та його основні характеристики. Компоненти та структура турпакета.

Тема 3. Туropolераторська та турагентська діяльність у сфері туризмі

Нормативно-правові вимоги організації туropolераторського та турагентського бізнесу. Вимоги щодо ліцензування туropolераторської діяльності. Схема просування туристичних послуг. Види та форми агентської роботи. Класифікація та основні функції турагентів. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їх місце в структурі каналів збуту. Агентські мережі. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції. Види ринкових каналів просування туристичного продукту. Формування збутової мережі туropolераторів. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг. Роль турагента та туropolератора на туристичному ринку.

Тема 4. Формування програм туристичного обслуговування

Основи елементи програми туристичного обслуговування. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Види програмних заходів та їх характеристика. Розробка програм туристичного обслуговування. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна, спортивна, освітня, ділова та інші. Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Планування турів. Складання договірної програми туру. Оформлення туристської документації.

Тема 5. Особливості ціноутворення в туropolерейтингу

Поняття та особливості ціноутворення в туристичній галузі. Методи та цілі ціноутворення. Цінові стратегії та тактики. Ціна в комплексі маркетингу туropolератора. Ціноутворення турпродукту: основні етапи та методи формування асортименту туropolератора. Структура ціни на туристичний продукт. Рівноважний ціновий оптимум між пропозиціями туристичної компанії та потенційними туристами. Розрахунок собівартості туру на одну людину. Розрахунок точки беззбитковості на рівні групового туру та на рівні фірми. Витрати і собівартість турпродукту. Розрахунок остаточної ціни турпродукту.

Тема 6. Організація туристичних подорожей туropolератором

Характеристика туристського договору та вимоги до його складання. Типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туropolераторами та представниками-рецепціоністами. Контроль та оцінка якості туристичного обслуговування. Конфлікти та спори в практиці туropolерейтингу. Взаємовідносини туropolератора с постачальниками послуг. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через мережу Internet. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Види та форми розрахунків за туристичне обслуговування. Суть і значення якості туристських послуг. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі. Можливості та загрози розвитку туризму в Україні в ХХІ ст.

2. Плани практичних (семінарських) занять, самостійної роботи

Тема 1. Теоретичні основи туropolерейтингу

План:

- 1.1. Сутність туropolерейтингу
- 1.2. Функції туropolератора
- 1.3. Профіль роботи туropolератора
- 1.4. Класифікація туropolераторів та види діяльності.

Питання для поглибленого вивчення теми

1. Структура туристичного ринку.
2. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика.
3. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму

Контрольні запитання

1. В чому полягає сутність туropolераторської діяльності та основні її завдання?
2. Назвіть функції туropolератора.
3. В чому полягають особливості туropolераторської функції планування

майбутнього туру?

4. Від яких чинників залежить ціноутворення на туристичному ринку?
5. Від чого залежить ефективність просування туристичного продукту?
6. Яке значення інформації в діяльності туроператора?
7. Чим визначається профіль туроператорської діяльності?
8. Назвіть особливості геопросторової організації світового туристичного ринку та визначте місце туроператорів на ньому.
9. Визначте основні типи туроператорів, які виділяються у світовій практиці?
10. Дайте порівняльну характеристику ініціативним та рецептивним туроператоров.

Література [1–6; 9; 11; 12; 16; 19; 22; 27; 31].

Тема 2. Турпродукт як результат діяльності туроператора

План:

- 2.1. Турпродукт як комплекс туристських послуг.
- 2.2. Класифікація функцій туристичного оператора та туристичних агентств.
- 2.3. Типи та класифікація турів.

Питання для поглибленого вивчення теми

1. Типи організаційних структур туроператора.
2. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

Контрольні запитання

1. Які документи потрібно надати для отримання ліцензії на здійснення діяльності в сфері туризму?
2. Що таке банківська гарантія, який її розмір?
3. Охарактеризуйте типи організаційних структур туристичного оператора.
4. Назвіть основні етапи просування туру на ринок.
5. Що таке канал розподілу турпродукту? Охарактеризуйте їх.
6. Порівняйте функції туроператора і турагента на туристичному ринку.
7. Які типи договорів укладаються між туроператором і турагентом?
8. Охарактеризуйте основні розділи договору між туроператором і турагентом.
9. Дайте порівняльну характеристику діяльності турагентів за умови укладання договору франчайзингу та договору про партнерство.

Література [1; 4; 6; 8; 10; 14; 18; 20; 26; 30; 32].

Тема 3. Туроператорська та турагентська діяльність у сфері туризмі

План:

- 3.1. Нормативно-правові вимоги організації туроператорського та турагентського бізнесу.
- 3.2. Класифікація та основні функції турагентів.
- 3.3. Роль турагента та туроператора на туристичному ринку.

Питання для поглибленого вивчення теми

1. Нормативно-правова баз туроператорської діяльності
2. Роль турагента та туроператора в системі обслуговування туристів

Контрольні запитання.

1. Визначте особливості оформлення міжнародних договорів між туроператорами та підприємством хачування
2. Визначте особливості оформлення міжнародних договорів між туроператорами та закладами готельного господарства
3. Назвіть правилами оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування
4. Які основні види автоматизованих систем бронювання та резервування через мережу Інтернет використовуються в туризмі?
5. Які форми оплати туру використовуються в туризмі?
6. Якими є обов'язками представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження?
7. Визначте порядок оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

Література [2; 4; 8; 10; 15; 16; 18; 24; 27; 30; 32; 34].

Тема 4. Формування програм туристичного обслуговування

План:

- 4.1. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.
- 4.2. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів.
- 4.3. Складання договірної програми туру.

Питання для поглибленого вивчення теми

1. Психологія споживача туристичних послуг.
2. Конфлікти в туризмі та шляхи їх вирішення.

Контрольні запитання

1. Дайте характеристику програми туристичної подорожі.
2. Охарактеризуйте види програм перебування туристів.
3. Як за метою поділяються програми турів?
4. Визначте особливості складання програми туру.

5. Назвіть основні правила розробки програм перебування туристів.
6. Які фактори впливають на структуру туру та формування програмного забезпечення?
7. В чому полягають пріоритети у виборі туристичних послуг для різних соціальних груп населення?
8. Охарактеризуйте організаційно-технічні заходи з розробки турпродукту.
9. Якими комунікаційними навичками для спілкування з клієнтами повинен оволодіти менеджер з продажів туристичної фірми?
10. Визначте особливості професійної етики менеджера з продажів.

Література [2–4; 8; 14; 19; 22; 25; 27; 31; 34; 37].

Тема 5. Особливості ціноутворення в туроперейтингу

План:

- 5.1. Поняття та особливості ціноутворення в туристичній галузі.
- 5.2. Структура ціни на туристичний продукт.
- 5.3. Розрахунок точки беззбитковості на рівні групового туру та на рівні фірми.

Питання для поглибленого вивчення теми

1. Договірні відносини з постачальниками послуг: готелями, підприємствами транспорту, страховими компаніями, закладами харчування.
2. Стратегії ціноутворення в туризмі.

Контрольні запитання

1. Охарактеризуйте основні етапи проектування туристичного продукту.
2. Охарактеризуйте основні етапи організації розробки туристичного продукту.
3. Поясніть, які види туристичного продукту виділяються з точки зору технології
4. Які послуги можуть бути складовими туристичного продукту?
5. Охарактеризуйте етапи розробки туру.
6. Що являє собою сегментація туристичного ринку і як вона проводиться.
7. Опишіть схеми співпраці туроператора з постачальниками послуг.
8. Охарактеризуйте процес встановлення ціни туроператором.
9. Які стратегії цінової поведінки туроператора використовуються на туристичному ринку.
10. Які види цін використовуються в туристичному бізнесі. Охарактеризуйте їх та визначте відмінності.

Література [2; 4; 6; 7; 10; 12; 15; 18; 22; 26; 32; 35].

Тема 6. Організація туристичних подорожей туроператором

План:

- 6.1. Характеристика туристського договору та вимоги до його складання.
- 6.2. Контроль та оцінка якості туристичного обслуговування.

6.3. Можливості та загрози розвитку туризму в Україні в XXI ст.

Питання для поглибленого вивчення теми

1. Ціна і якість туру – основа успішної організації турподорожів.
2. Зелений туризм – перспективний напрямок розвитку туризму в Україні.
3. Овертуризм: перспективи розвитку в Україні.

Контрольні запитання

1. Визначте особливості оформлення міжнародних договорів між туроператорами та транспортним підприємством
2. Визначте особливості оформлення міжнародних договорів між туроператорами та закладами готельного господарства
3. Якою є типова форма угоди про співробітництво в туризмі?
4. Охарактеризуйте процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств, замовлення послуг підприємств ресторанного господарства.
5. Назвіть правилами оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування
6. Які основні види автоматизованих систем бронювання та резервування використовуються в туризмі?
7. Визначте послідовність процесу бронювання туру через Internet.
8. Які форми оплати туру використовуються в туризмі?
9. Якими є обов'язками представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження?
10. Визначте порядок оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

Література [3; 4; 9; 10; 14; 16; 17; 19; 21; 24; 30; 32; 34].

Питання для самоконтролю здобувачів вищої освіти

1. Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.
2. Етапи розвитку туроперейтинга. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора.
3. Предмет діяльності туроператора. Профіль роботи туроператора. Схема організації роботи туроператора по розробці і реалізації туристського продукту.
4. Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів.
5. Оператори масового ринку. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послузі і сегменті ринку.
6. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Місцеві туроператори.
7. Організація турів для внутрішнього туризму.
8. Виїзні (ініціативні) туроператори. Рецептивні туроператори.
9. Функції туроператорів та турагентів.
10. Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх

класифікація та характеристика.

11. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макрорегіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристичної індустрії.

12. Геопросторова організація світового туристичного ринку.

13. Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.

14. Зовнішні та внутрішні фактори туropolерейтинга. Оцінка їх впливу.

15. Організація туropolераторського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туropolераторської діяльності.

16. Регуляторні вимоги щодо організації туropolераторського та турагентського бізнесу.

17. Роздрібні й оптові туристичні фірми та їх місце у структурі каналів збуту.

18. Типова організаційна структура туropolератора: взаємозв'язок роботи підрозділів.

19. Види і форми агентської роботи. Класифікація турагентів.

20. Види агентів. Агентські мережі.

21. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції.

22. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.

23. Формування збутової мережі туropolераторів.

24. Формування збутової мережі. Канали просування і реалізації турпродукту.

25. Форми організації збуту туристського продукту.

26. Роль турагентств у турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туropolератором.

27. Характер контрактних стосунків між туropolератором і турагентством. Контрагентська мережа та основні умови агентських угод.

28. Види і форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

29. Тлумачення терміна «аквізитор». Джерела аквізиції туристів. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

30. Зміст робіт з турпроекування.

31. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туropolераторів.

32. Диференціація пропозицій туropolератора.

33. Вибір географії подорожей і сегментування на різних туристичних ринках.

34. Мотивація подорожей і формування пакетів послуг.

35. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей.

36. Схеми роботи туropolератора з реалізації та організації турів.

37. Позиціювання турів та туropolераторів на конкурентному ринку.

38. Визначення портрета споживача й потреб туристів.

39. Стадії планування туристського пакету.

40. Договірний план і переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Про туризм: Закон України в редакції від 18.11.2003 р. // ВВР. 2004. № 13. Ст. 180.
2. Бабарицька В. К. Малиновська. Менеджмент туризму. К.: Вид. Альтерпрес, 2004. 288 с.
3. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: учебник. М.: Финансы и статистика, 2002. 192 с.
4. Ильина Е. Туроперейтинг. Организация деятельности. М.: ФИС, 2007. 480 с.
5. Исмаев Д. К. Основная деятельность туристской фирмы: учебн. пособ. М.: ООО Книгодел: МАРТ, 2005. 158 с.
6. Кабушкин, Н. И. Организация туризма: учебник. М. : Новое знание, 2003. 632 с.
7. Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности. М.: Менеджмент туризма, 2002. 288 с.
8. Кусков А. С. Туроперейтинг: учебник. М.: ФОРУМ, 2009. 400 с.
9. Любщева О. О. Методика розробки турів: навч. посібн. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
10. Любщева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтпрес, 2005. 253 с.
11. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М.: Финансы и статистика, 2004. 144 с.
12. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей: навч. посібн. К. : КНТЕУ, 2003. 156 с.
13. Туризмологія (теорія туризму): навч.-метод. посібн. зі спецкурсу. К. : КУТЕП, 2010. 70 с.
14. Туристский терминологический словарь: справочно-метод. Пособие. М.: Советский спорт, 1999. 664 с.

Додаткова

1. Воскресенский В. Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития. М.: Изд. Юнити-Дана 2007. 160 с.
2. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. М.: Знання, 2008. 661 с.
3. Джатадян Ю. А. Транспортное обеспечение в туризме. М.: Изд. КноРус, 2008. 368 с.
4. ДСТУ 4268-2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення туристів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. К.: Держспоживстандарт України, 2004.
5. ДСТУ 4269-2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. К. : Держспоживстандарт України, 2004.
6. ДСТУ 4527-2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни

та визначення: Від 28.02.06. К.: Держспоживстандарт України, 2006.

7. Европейский гостиничный маркетинг: учебн. пособ. М.: Финансы и статистика, 2002. 224 с.

8. Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма. М.: Изд. Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2009. 304 с.

9. Исаева Т. Е. Речевая коммуникация в туризме. М. : Изд. Дашков и К, Наука-Спектр, 2009. 240 с.

10. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ, 1998. 420 с.

11. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 335 с.

12. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.

13. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія. К. : КНТЕУ, 2008. 494 с.

14. Монтехано Монтанеро Структура туристического рынка : учебное пособие / Монтехано Монтанеро ; пер. с не пан. – Смоленск : Издательство СГУ, 1997. 230 с.

15. Прикладной туроперейтинг. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ИКЦ "Март", Ростов н/Д: издательский центр «Март», 2006. 448 с.

16. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник. К.: Грамота. 2006. 264 с.

17. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.

18. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме / Д. С. Ушаков. М.: Изд. Феникс, 2007. 288 с.

19. Ушаков Д. С. Инновации в туризме и сервисе. М.: Изд. Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. 256 с.

20. Ушаков Д. С. Технологии выездного туризма. М.: Издательский центр МарТ, Феникс. 2010. 448 с.

21. Ушаков Д. С. Технологии въездного туризма. М. : Изд. Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. 384 с.

22. Черных Н. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. М.: Сов. спорт, 2002. 320 с.

23. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібн. К.: Атіка, 2006. 254 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України Державної служби туризму і курортів. URL: www.ukrstat.gov.ua/.

2. Офіційний сайт Державної служби туризму і курортів України. URL: www.tourism.gov.ua.

3. Офіційний сайт компанії «Амадеус Україна». URL: <http://www.amadeus.net.ua/rus/amadeusua.htm>.

4. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. URL: www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/1865.htm.

5. Про затвердження Положення про обов'язкове особисте страхування від нещасних випадків на транспорті : Постанова КМУ № 959 від 14.09.1996 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=959-96-%EF>.

6. Програма TACIS. URL: http://www.technosoft.kiev.ua/ist/prog_tacis.html.

7. Туристичний портал. URL: <http://www.tour.com.ua>.

8. Tourism. Access made. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism>.

9. World Economic Forum. Access made. URL: www3.weforum.org/WEF_GCR_TravelTourism_IndexRankingAndComparison_2009.pdf.

10. World Tourism. URL: www.world-tourism.org/.

3. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань, вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт, передбачених навчальним планом, після атестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни

Питання до підсумкового контролю з дисципліни:

1. Охарактеризуйте основні етапи проектування туристичного продукту.

2. Охарактеризуйте основні етапи організації розробки туристичного продукту.

3. Поясніть, які види туристичного продукту виділяються з точки зору технології.

4. Які послуги можуть бути складовими туристичного продукту?

5. Охарактеризуйте етапи розробки туру.

6. Що являє собою сегментація туристичного ринку і як вона проводиться.

7. Опишіть схеми співпраці туроператора з постачальниками послуг.

8. Охарактеризуйте процес встановлення ціни туроператором.

9. Які стратегії цінової поведінки туроператора використовуються на туристичному ринку.

10. Які види цін використовуються в туристичному бізнесі. Охарактеризуйте їх та визначте відмінності.

11. Дайте характеристику програми туристичної подорожі.

12. Охарактеризуйте види програм перебування туристів.

13. Як за метою поділяються програми турів?

14. Визначте особливості складання програми туру.

15. Назвіть основні правила розробки програм перебування туристів.

16. Які фактори впливають на структуру туру та формування програмного забезпечення?

17. Дайте визначення рецептивному туроперейтингу.

18. Охарактеризуйте основні функції рецептивного туроператора.
19. Визначте особливості діяльності рецептивного туроператора.
20. Опишіть схему роботи рецептивного туроператора.
21. В чому особливості договірних відносин, виходячи з технологічних циклів (виробництво, реалізація, споживання) діяльності туроператора.
22. Визначте особливості сегментації туристичного ринку.
23. Розкрийте сутність позиціонування туристичного продукту.
24. В чому полягає сутність формування туристичного продукту?
25. Охарактеризуйте суб'єктів туристичної діяльності.
26. Охарактеризуйте етапи розвитку туроперейтингу.
27. Які сучасні тенденції розвитку турагентської діяльності Вам відомі?
28. Якими є основні напрями розвитку туризму у XXI столітті?
29. Який вплив на розвиток туризму має франчайзинг?
30. Які існують види туроперейтингу і в чому полягають їх відмінності?
31. Охарактеризуйте аутгоінг (ініціативний) туроперейтинг.
32. Дайте характеристику інкамінгу (рецептивному) туроперейтингу.
33. Що таке інсайд-туроперейтинг і які його основні характеристики?
34. Якими є складові туристичного продукту?
35. Якими є основні властивості туристичного продукту?
36. Назвіть види туроператорів і їх основні функції.
37. Наведіть класифікація туроператорів за профілем виробничої діяльності.
38. Охарактеризуйте туроператорів за видом діяльності.
39. Якою є класифікація туроператорів за організаційно-правовою формою організації діяльності?
40. Наведіть класифікація туроператорів за координацією діяльності з авіакомпаніями.
41. Наведіть класифікація туроператорів за формою співпраці з зарубіжними туристичними організаціями.
42. Які Вам відомі найпопулярніші тури в Україні та світі?
43. Що є складовою туристичного пакету?
44. Назвіть етапи створення нового туру.
45. Якими є нормативно-правові вимоги щодо організації туроператорського а турагентського бізнесу?
46. Що включає в себе правове регулювання туристичної діяльності?
47. Якими є завдання туроператорської та турагентської діяльності?
48. Які існують форми туристських агенств?
49. Наведіть класифікацію сучасних туристичних агенств.
50. Які види договорних відносин існують в туроперейтингі?
51. Які існують правила формування програм обслуговування туристів?
52. Що таке програмний туризм та які особливості формування пакетних турів?
53. Якою є шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів?

54. Що входить в складові програми обслуговування туристів?
55. Які фактори впливають на структуру турів?
56. Які етапи створення туру Вам відомі?
57. Якими є основні властивості туристичного продукту?
58. Які Вам відомі дефініції понять «програмане обслуговування» і в чому їх сутність?
59. Які стратегії позиціонування застосовують рецептивні туроператори?
60. Які типи договорів укладаються між туроператором і турагентом?
61. Охарактеризуйте основні розділи договору між туроператором і турагентом.
62. Дайте порівняльну характеристику діяльності турагентів за умови укладання договору франчайзингу та договору про партнерство.
63. Охарактеризуйте процес встановлення ціни туроператором.
64. Які стратегії цінової поведінки туроператора використовуються на туристичному ринку?
65. Які види цін використовуються в туристичному бізнесі. Охарактеризуйте їх та визначте відмінності.
66. Визначте особливості складання програми туру.
67. Назвіть основні правила розробки програм перебування туристів.
68. Які фактори впливають на структуру туру та формування програмного забезпечення?
69. В чому полягають пріоритети у виборі туристичних послуг для різних соціальних груп населення?
70. Охарактеризуйте організаційно-технічні заходи з розробки турпродукту.

4. Завдання семестрових екзаменів

Зразок екзаменаційного білету

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Спеціальність: 242 «Туризм»

Семестр: 7

Форма навчання: денна /заочна

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень): бакалавр

Навчальна дисципліна: Туроперейтинг

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

1. Охарактеризуйте етапи розробки туру (10 балів).
2. Які фактори впливають на структуру туру та формування програмного забезпечення? (15 балів)

3. Дайте відповідь на тести (15 балів)

Затверджено на засіданні кафедри туристичного бізнесу
протокол №1 від «28» серпня 2020 р.

Завідувач кафедри _____ (А. Ю. Парфіненко)

Екзаменатор _____ (Т. І. Алексєєва)