

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ГОМЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ П.О.СУХОГО»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
УО «ГГТУ им. П.О.Сухого»

_____ А.В. Сычев

«_____» _____ 2013

Рег.№ _____

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
МЕНЕДЖМЕНТ ТУРОПЕРЕЙТИНГА

специальность переподготовки: 1-89 02 71 "Менеджмент туристской
организации"

квалификация: менеджер

в соответствии с типовым учебным планом переподготовки, утвержденным
04.06.2010 г. регистрационный № 25-17/46.

Гомель, 2013

Разработчик программы:

И.А. Фукова, старший преподаватель кафедры «Маркетинг»

Рекомендована к утверждению:

Кафедрой «Профессиональная переподготовка»

Протокол заседания от «_____» _____ 2013 № _____

Заведующий кафедрой

В.А. Михарева

Научно-методический совет УО «ГГТУ им. П.О. Сухого»

Протокол заседания от «_____» _____ 2013г. № _____

ВВЕДЕНИЕ

Туроперейтинг – это область создания, продвижения на рынке и реализации турпродукта, освоение методов туристического маркетинга, методов планирования и анализа туристической деятельности. Работа в туристической компании требует знания по туроперейтингу. Поэтому данная дисциплина была включена в учебный план по специализации 1 - 89 02 71 «Менеджмент туристской организации». Для изучения курса «Менеджмент туроперейтинга» необходимы знания по следующим дисциплинам: «Менеджмент в туризме», «Менеджмент туристской организации».

Целью преподавания дисциплины является получение теоретических и практических навыков по созданию и продвижению туристического продукта на рынок.

Задачи изучения дисциплины:

- дать слушателям знания по основному понятийному аппарату изучаемой дисциплины;
- дать слушателям знания по основным видам деятельности туроператора;
- дать слушателям знания по формам создания и продвижения туристического продукта на рынок;
- дать слушателям знания по основным направлениям работы по организации обслуживания туристов.

Методы – статистический, картографический, сравнительного анализа.

Средства – программное обеспечение PowerPoint, Media Player Classic, политическая карта мира.

В результате изучения дисциплины слушатель *должен знать* особенности туристического рынка; составляющие турпродукта; основных поставщиков туристической компании и особенности работы с ними; основы ведения туристской документации; основами формирования цены турпакета; основные направления анимации.

В результате освоения курса слушатель *должен уметь*: работать с клиентами; составлять программы обслуживания; составлять договоры с различными организациями, связанными с обслуживанием туристов; составлять план рекламных мероприятий для туристической компании.

Учебная программа разработана на основе образовательного стандарта Республики Беларусь ОСРБ 1-89 02 71-2013 специальность: 1-89 02 71 «Менеджмент туристской организации» квалификация: менеджер.

Общее количество часов – 20, в том числе: аудиторные занятия – 12 часов, из них: лекции – 4 часа, практические занятия – 8 часов; самостоятельная работа слушателей – 8 часов.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Тема 1. Виды туроперейтинга как комплексной предпринимательской деятельности, особенности их организации.

Понятие и сущность туроперейтинга. Подходы к определению, функциям. Основные элементы комплекса туроперейтинга. Туристская индустрия и ее составляющие. Система управления туризмом на современном этапе.

Понятие туроператора. Роль и задача туроператора на туристическом рынке. Основные различия между туроператором и турагентом. Типы туроператоров по типу и по месту деятельности. Инициативный и рецептивный туроперейтинг. Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров. Функции туроператоров и турагентов.

Вопросы для самостоятельной работы.

Тенденции развития современного туристского рынка. Туроператоры и турагенты на международном рынке.

Тема 2. Субъекты туроперейтинга. Стратегическое планирование в туроперейтинге, его механизмы.

Понятие турпродукта. Особенности турпродукта. Потребительские свойства турпродукта. Отличие турпродукта от туруслуги. Пакет услуг. Факторы, влияющие на комплектацию пакета услуг. Классификация и типология туристских услуг. Основные и дополнительные услуги. Минимальный набор услуг для включенного тура по требованиям IATA. Жизненный цикл туристского продукта. Пакет тура как комплексное обслуживание. Заказные и инклюзив-туры, их преимущества и недостатки. Индивидуальные и групповые поездки.

Технологические этапы разработки тура. Формирование основного и дополнительного комплекса услуг. Проектирование тура. Программа обслуживания. Вербальная модель тура. Элементы вербальной модели тура. Примеры тематических программ обслуживания. Технология разработки турпродукта. Экспериментальная проверка тура.

Вопросы для самостоятельной работы.

Определения программного обеспечения нового тура в соответствии с его тематикой. Франкфуртская таблица по снижению цен за туристические поездки.

Тема 3. Договорные отношения в туризме.

Классификация средств размещения туристов. Кодекс отношений между гостиницами и турагенствами. Классификация транспортных путешествий и транспортных средств. Воздушный транспорт. Железнодорожные путешествия. Организация теплоходных путешествий. Автотранспорт в туризме. Предприятия питания. Страховые компании. Паспортно-визовые службы. Музеи и галереи. Тематические парки

Переговоры с поставщиками услуг. Основные положения договоров с поставщиком услуг. Договорной план. Атрибуты договора. Договор с туроператором. Договор с турагентом. Договор с гостиничным предприятием. Договор с предприятием питания. Договор с автотранспортным предприятием. Договор с авиакомпанией.

Вопросы для самостоятельной работы.

Договор с музеем. Договор с экскурсоводом. Договор с туристом. Квитанция на экскурсионные услуги. Приложения к договору с поставщиками услуг.

Тема 4. Процесс ценообразования в туроперейтинге, стратегии и методы.

Калькулирование себестоимости. Факторы, формирующие цену тура. Налогообложение в туризме.

Состав и содержание туристической документации. Нормативно-правовое обеспечение туроператорской деятельности. Технологическая карта туристского путешествия. Программа тура. Графики загрузки туристских организаций. Информационный листок. Памятка для туриста. Памятки по технике безопасности.

Вопросы для самостоятельной работы.

Бронирование услуг. Визовая поддержка.

Тема 5. Технологии создания и продвижения туристского продукта на рынок.

Система продвижения продукта туроператора. Формирование сбытовой сети. Каналы реализации турпродукта. Характеристика основных форм продажи туристского продукта. Подбор партнеров по сбыту. Реклама турпродукта. Тактические решения по рекламе. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта. Стимулирование потребителей.

Вопросы для самостоятельной работы.

Стимулирование розничных турагентов. Пропаганда туризма. Участие в выставках. Каталог туроператора. Информационные поездки.

Тема 6. Управление качеством предоставляемых услуг, его критерии. Менеджмент обслуживания туристов и экскурсантов.

Общие рекомендации по технологии обслуживания туристов. Модель потребительского поведения. Типологии клиентов. Менеджмент обслуживания в туроперейтинге. Качество обслуживания и способы его регулирования. Принципы программного обслуживания. Методы контроля качества обслуживания. Гостеприимство как профессиональное требование сферы туристской индустрии.

Вопросы для самостоятельной работы.

Принятые знаки внимания в международном туризме. Спорные ситуации в туризме. Анимация в туризме.

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ И ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма текущей аттестации – зачет.

Вопросы к зачету.

1. Понятие и сущность туроперейтинга. Подходы к определению, функциям.
2. Основные элементы комплекса туроперейтинга.
3. Туристская индустрия и ее составляющие.
4. Понятие туроператора. Роль и задача туроператора на туристическом рынке.
5. Основные различия между туроператором и турагентом.
6. Типы туроператоров по типу и по месту деятельности.
7. Инициативный и рецептивный туроперейтинг. Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров.
8. Функции туроператоров и турагентов.
9. Туроператоры и турагенты на международном рынке.
10. Понятие турпродукта. Особенности турпродукта. Потребительские свойства турпродукта.
11. Понятие туруслуги. Отличие турпродукта от туруслуги.
12. Пакет услуг. Факторы, влияющие на комплектацию пакета услуг.
13. Классификация и типология туристских услуг. Основные и дополнительные услуги.
14. Пакет тура как комплексное обслуживание.
15. Заказные и инклюзив-туры, их преимущества и недостатки.
16. Классы обслуживания в туроперейтинге.
17. Технологические этапы разработки тура.
18. Формирование основного и дополнительного комплекса услуг.
19. Проектирование тура.
20. Программа обслуживания. Примеры тематических программ обслуживания.
21. Технология разработки турпродукта. Экспериментальная проверка тура.
22. Франкфуртская таблица по снижению цен за туристические поездки.
23. Классификация средств размещения туристов. Кодекс отношений между гостиницами и турагенствами.
24. Классификация транспортных путешествий и транспортных средств.
25. Предприятия питания.
26. Паспортно-визовые службы.
27. Переговоры с поставщиками услуг. Основные положения договоров с поставщиком услуг.
28. Договорной план. Атрибуты договора.

29. Договор с туроператором. Договор с турагентом.
30. Договор с гостиничным предприятием.
31. Договор с предприятием питания.
32. Договор с автотранспортным предприятием.
33. Договор с авиакомпанией.
34. Договор с музеем.
35. Договор с экскурсоводом.
36. Договор с туристом. Квитанция на экскурсионные услуги.
37. Приложения к договору с поставщиками услуг.
38. Состав и содержание туристической документации.
39. Нормативно-правовое обеспечение туроператорской деятельности.
40. Технологическая карта туристского путешествия. Программа тура.
41. Графики загрузки туристских организаций. Информационный листок. Памятка для туриста. Памятки по технике безопасности.
42. Бронирование услуг. Визовая поддержка
43. Калькулирование себестоимости. Факторы, формирующие цену тура.
44. Налогообложение в туризме.
45. Система продвижения продукта туроператора. Формирование сбытовой сети. Каналы реализации турпродукта.
46. Характеристика основных форм продажи туристского продукта. Подбор партнеров по сбыту.
47. Реклама турпродукта. Тактические решения по рекламе. Нерекламные методы продвижения турпродукта.
48. Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта. Стимулирование потребителей. Стимулирование розничных турагентов. Пропаганда туризма.
49. Каталог туроператора.
50. Информационные поездки.
51. Общие рекомендации по технологии обслуживания туристов.
52. Модель потребительского поведения. Типологии клиентов.
53. Качество обслуживания и способы его регулирования. Методы контроля качества обслуживания.
54. Принятые знаки внимания в международном туризме.
55. Спорные ситуации в туризме.
56. Анимация в туризме.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Дурович А. Организация туризма / А. Дурович. – Минск: Новое знание, 2008.- 640 с.
2. Ильина, Е.П. Туроперейтинг. Организация деятельности / Е.П. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 256 с.
3. Кусков, А.В. Туроперейтинг / А.В. Кусков, В.И. Голубева. – М.: Инфра-М, 2009. – 400 с.

Дополнительная литература

1. Баумгартен, Л.В. Управление качеством в туризме / Л.В. Баумгартен – М.: Academia, 2010. – 304с.
2. Богданов, Е.А. Планирование на предприятии туризма / Е.А. Богданов, О.В. Кострюкова – СПб.: Бизнес-пресса, 2005. – 320 с.
3. Брашнов, Д.Г. Гостиничный сервис и туризм / Д.Г. Брашнов – М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
4. Драчева, Е.В. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Е.В. Драчева – М.: Кнорус, 2010. – 576с.
5. Егоренков Л.С. Введение в технологию туризма / Л.С. Егоренков – М.: Финансы и статистика, 2009. – 304с.
6. Жукова, М.А. Индустрия туризма. Менеджмент организации / М.А. Жукова – М.: Финансы и статистика, 2006. – 200 с.
7. Ильина, Е.П. Туроперейтинг. Стратегия и финансы / Е.П. Ильина – М.: Финансы и статистика, 2007. – 192 с.
8. Ляшко, Г. И. Туризм и гостиничное хозяйство / Г.И. Ляшко, Л.А. Жолобова, Л.А. Шматько – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2010. – 352с.
9. Мейкенз, Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Дж. Мейкенз, Дж. Боуэн, Ф.Котлер – М.: Юнити, 2007. – 1046 с.
10. Покровский, Н.Е. Туризм. От социальной теории к практике управления / Н.Е Покровский, Т.И. Черняева – М.: Логос, 2009. – 400с.
11. Туроперейтинг: пособие по одному. Дисциплине для студентов специализации 1-26 02 03 22 «Маркетинг в спорте, туризме и физической культуре» днев. Формы обучения / авт.-сост. О.Н. Василец. – Гомель: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2006. – 52с.
12. Ушаков, Д.И. Технологии въездного туризма / Д.И. Ушаков – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2010. – 448с.

