

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ПРОГРАМА

АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

Галузь знань : 141 «Сфера обслуговування»

Спеціальність: 242»Туризм»

за першим (бакалаврським) ступенем вищої освіти

Підготовлено д.е.н., доцентом Д.І. Басюк, к.е.н, доцентом Мосіюк С.І.

Затверджено на засіданні кафедри туристичного та готельно – ресторанного бізнесу і консалтингу (Протокол №6 від 26.12.2019р.)

Схвалено Вченою радою ННІ неперервної освіти і туризму(Протокол №4 від 26.12.2019.)

Д.І.Басюк, С.І.Мосіюк. Атестаційний екзамен з спеціальності «Туризм» за ОС «Бакалавр»- К.: НУБіП України, 2020, с.

Програма містить перелік тем навчальних дисциплін, які виносяться на кваліфікаційний державний екзамен, анотації до них, список рекомендованої літератури, критерії оцінювання знань на державному екзамені.

ВСТУП

Атестаційний екзамен для ОС «Бакалавр» спеціальності 242 «Туризм» відображає перевірку рівня освітньої та професійної підготовки студентів, засвоєних професійних знань, набутих умінь та навичок, ступеня сформованості системи професійних компетенцій бакалавра, передбачених стандартами вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм»

У відповідності до освітньо – професійної програми «Туризм» спеціальності 242 «Туризм» ОС «бакалавр» навчального плану підготовки здобувачів вищої освіти, на атестаційний екзамен виносяться наступні дисципліни: Основи туризмознавства, Туроперейтинг, Менеджмент туризму , Маркетинг у туризмі.

Програма атестаційного екзамену

1. Програма навчальної дисципліни «ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА»

Тема 1. Туризм як глобальне явище сучасного світу. Філософсько-методологічні засади туризмології

Сучасні тенденції розвитку туризму. Філософсько-методологічні основи феномену туризму. Основні дефініції туризмології, її завдання та принципи. Поняття “туризм”, парадигма значень. Умови і фактори розвитку туризму. Функції туризму в сучасному світі. Позитивні та негативні аспекти розвитку туризму.

Тема 2. Гуманістичний вимір туризму. Туристи, екскурсанти, мандрівники

Подорожі і туризм як прояв способу життя людини. Поняття туриста. (ВТО, ЗУ). Основні категорії осіб, що перебувають у подорожі. Поняття «турист»: необхідні та достатні ознаки. Права і обов’язки туристів. Основні нормативні акти, які регулюють права і обов’язки туристів.

Тема 3. Класифікація туризму

Гносеологічне та праксеологічне значення класифікації туризму. Основні види туризму (в’їзний, виїзний, внутрішній). Типи туризму: за метою; за засобами пересування; за віком і соціально-економічним станом подорожуючих; за іншими критеріями. Соціальний туризм як чинник гуманізації суспільства.

Тема 4. Основні етапи розвитку світового туризму

Проблема періодизації історії туризму у науковій літературі. Переміщення людей за первісних та античних часів. Туризм і подорожі в добу Середньовіччя. Розвиток туризму у 18-19 ст.: Томас Кук. Туризм як феномен ХХ ст. Основні риси розвитку туризму у ХХ ст.

Тема 5. Туристична індустрія. Організатори туризму.

Соціально-гуманітарний характер сучасної індустрії туризму. Структура індустрії туризму. Організатори туризму: тур оператори та турагенти. Організатори екскурсійного обслуговування.

Тема 6. Туристична індустрія. Транспорт. Розваги.

Транспорт та перевезення в туризмі. Використання автомобільного транспорту в туризмі. Використання залізничного транспорту в туризмі. Використання авіаціного транспорту в туризмі. Круїзи, морський та річковий транспорт.

Розваги та атракції в туризмі. Особливості надання розважальних послуг. Тематичні парки. Інші види туристичних послуг.

Тема 7. Готельно-ресторанне господарство, його роль в туризмі.

Характеристика основних засобів розміщення. Готелі, їх класифікація. Сучасні тенденції в готельному господарстві. Характеристика основних видів

закладів ресторанного господарства. Сучасні тенденції в ресторанному господарстві.

Тема 8. Туристичний продукт

Поняття про туристичну послугу. Особливості туристичних послуг. Суть, структура і складові туристичного продукту. Туристичний продукт, тур, маршрут. Види турів і маршрутів. Програма обслуговування туристів. Рівні туристичного продукту. Життєвий цикл туристичного продукту. Основні вимоги до якості туристичного продукту.

Тема 9. Основи туроперейтингу

Технологія організації туристичної подорожі. Договірні стосунки в туризмі. Туристичні документи. Туристичні формальності. Безпека туристичних подорожей. Претензійна робота в туризмі. Страхування в туризмі.

Тема 10. Захист прав споживачів у туризмі

Поняття про захист прав споживачів та консьюмерський рух. Особливості захисту прав споживачів у туризмі. Права і обов'язки туристів. Право туристів на інформацію. Юрисдикційний та неюрисдикційний захист споживачів.

Тема 11. Проблеми і перспективи розвитку туризму в Україні

Законодавчо-нормативна база туристичної діяльності в Україні. Туристичні ресурси України. Культурно-історична спадщина українського народу та можливості її використання в туризмі. Туристична індустрія України, основні складові і показники.

Тема 12. Світова туристична політика.

Державний моделі управління розвитком туристичної сфери. Туристична політика, її види та інструменти. Роль ЮНВТО у світовій туристичній політиці. Міжнародні і вітчизняні туристичні організації, їх значення для розвитку світового туризму. Види міжнародних туристичних організацій та їх характеристика. Цілі та завдання міжнародних тур організацій. Світові та національні тур заходи.

Тема 13. Етика туризму. Основні вимоги до фахівців у сфері гостинності.
Основні вимоги до фахівців у сфері гостинності. Гостинність як базове поняття етики. Професійна етика організаторів та працівників туристичної галузі. Туристична комунікація як засіб взаємного пізнання народів та культур, налагодження миру і дружби. Професійна діяльність у туристичній галузі. Теоретико-методологічні засади підготовки менеджерів для туристичної галузі.

Перелік теоретичних питань

1. Туризм як феномен ХХ століття. Основні фактори розвитку туризму.
2. Функції туризму у сучасному світі (економічна, політична, соціальна,

культурологічна, екологічна).

3. Економічна функція туризму, її вплив на національну та світову економіку
4. Соціальна функція туризму, внесок туризму у сталий розвиток.
5. Діалектичність природи туризму. Позитивні та негативні наслідки розвитку туризму .
6. Основні категорії осіб, що перебувають у подорожі. Поняття „турист”: необхідні та достатні ознаки. Права і обов’язки туристів.
7. Права і обов’язки туристів. Недискримінація за ознаками раси, національності, статі, релігії.
8. Типи туристів за геодемографічними, демографічними, соціально-економічними, психологічними ознаками.
9. Гносеологічне та праксеологічне значення класифікації туризму. Основні форми туризму (в’їздний, виїзний , внутрішній).
10. Класифікація туризму за метою; за засобами пересування; за віком і соціально-економічним станом подорожуючих; за іншими критеріями.
11. Культурно- пізнавальний туризм
12. Рекреаційний та курортно- оздоровчий туризм
13. Діловий туризм
14. Освітній та науковий туризм
15. Спортивний та екстремальний туризм
16. Екологічний туризм. Сільський зелений туризм.
17. Соціальний туризм як чинник гуманізації суспільства.
18. Інноваційні види туризму.
19. Проблема періодизації історії туризму в науковій літературі. Переміщення людей за первісних та античних часів.
21. Туризм і подорожі в добу Середньовіччя.
22. Розвиток туризму у 18-19 ст. Томас Кук.
23. Розвиток туризму в 1 половині ХХ століття.
24. Туризм як феномен ХХ ст.. Основні риси розвитку туризму ХХ ст.
25. Структура індустрії туризму:
26. Організатори туризму: тур оператори та турагенти;
27. Транспорт та перевезення у туризмі.
28. Заклади розміщення, їх види, значення у туризмі
29. Організація харчування в туризмі; заклади ресторанного господарства.
30. Розваги та атракції в туризмі, особливості організації дозвіллевої діяльності.
31. Поняття про туристичну послугу. Особливості туристичних послуг.
32. Суть, структура і складові туристичного продукту. Рівні туристичного продукту.
33. Туристичний продукт, тур, маршрут,
34. Життєвий цикл туристичного продукту. Основні вимоги до якості

туристичного продукту.

35. Етапи створення турпродукту

36. Технологія просування турпродукту

37. Реалізація турпродукту.

38. Туристичні документи та формальності. Види туристичних формальностей.

39. Паспортні і митні формальності

40. Візові формальності. Санітарні формальності.

41. Державне регулювання туристичної діяльності в Україні

42. Рекреаційно-туристичні ресурси України

43. Туристична індустрія української держави: основні складові і показники

44. Туристична політика : основні напрями в Україні

45. Система підготовки кадрів для туризму та ГРГ

46. Основні категорії посад в туристичній сфері

47. Етичні вимоги до працівників сфери туризму

48. Роль ЮНВТО у формуванні культури гостинності у світі

49. Міжнародні і вітчизняні туристичні організації, їх значення для розвитку світового туризму.

50. Міжнародні та регіональні туристичні заходи.

Рекомендована література

1. Про туризм. Закон України : від 15 вересня 1995 р. № 325/95-ВР]// Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / [упоряд. Д.І. Басюк, В.С. Заєць]. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – С.5- 38.

2. ГОСТ 28681.2-95. Туристско-экскурсионноеобслуживаниетуристские услуги. Общитребования // Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / [упоряд. Д.І. Басюк, В.С. Заєць]. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – С113-116.

3. ГОСТ 28681.1-95. Туристско-экскурсионноеобслуживание. Туристские услуги. Проектированиетуристских услуг // Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / [упоряд. Д.І. Басюк, В.С. Заєць]. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – С. 117-132.

4. ГОСТ 28681.3-95. Туристско-экскурсионноеобслуживание. Туристские услуги. Обеспечениебезопасноституристов // Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / [упоряд. Д.І. Басюк, В.С. Заєць]. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – С.133-141.

5.Басюк Д. І. Основи туризмології : навч.-метод. посіб. / Д. І. Басюк. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2005. – 204 с.

6.Мальська М. П. Організація туристичного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : Знання, 2011. – 275 с.

2. Програма навчальної дисципліни « ТУРОПЕРЕЙТИНГ »

Тема 1. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту

Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Вибір географії подорожей туристичним підприємством. Планування туристичних подорожей. Етапи формування та реалізації туристичного продукту туристичного підприємства.

Основні, додаткові та спеціалізовані туристичні послуги. Продуктовий асортимент туристичного підприємства та його доповнення. Природні та антропогенні умови та ресурси як складові туристичного продукту. Специфічні та неспецифічні туристичні товари як складові турпаketу. Послідовність робіт по вибору постачальників послуг (контрагентів). Комбінація різних складових туристичного продукту при розробці програм обслуговування туристів для різних ринкових сегментів. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.

Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів.

Тема 2. Організація збуту туристичного продукту

Специфіка роботи туристичних організаторів. Види та форми агентської роботи. Обладнання та оформлення офісу туристичної компанії.

Організація роботи front-, back- та call-offices підприємств-турорганізаторів. Організація агентського бізнесу з продажу квитків на транспортні перевезення. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

Тема 3. Принципи формування програм перебування туристів

Програмне обслуговування в туризмі. Види програмних заходів, їх характеристика.

Програма перебування туристів: правила розроблення. Вимоги державних, міжнародних стандартів з організації турів.

Програма туристичного обслуговування. Технологічна документація та правила її оформлення. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів.

Тема 4. Система транспортного забезпечення туристів

Сутність транспортного забезпечення в туризмі. Види транспортних перевезень в туризмі. Правове забезпечення перевезень у міжнародному та внутрішньому сполученні. Класифікація транспортних засобів. Види

транспортних подорожей і їх характеристика. Перевізні документи та особливості їх оформлення.

Тема 5. Туристичні перевезення авіатранспортом

Авіаперевезення в туризмі. Характеристика розвитку цивільної авіації в світі та Україні. Міжнародні організації, що регулюють авіаперевезення. Характеристика провідних світових та українських авіакомпаній. Організація туристичних перевезень авіатранспортом. Технологія обслуговування туристів на авіатранспорті. Чартерні перевезення в туризмі. Класи авіаперевезень. Система тарифів і пільг на авіатранспорті.

Тема 6. Туристичні перевезення залізничним транспортом

Залізничний транспорт в туризмі. Характеристика розвитку залізничного транспорту у світі та Україні. Організація туристичних перевезень залізничним транспортом. Технологія перевезення та обслуговування туристів на залізничному транспорті. Організація спеціальних туристичних поїздів.

Тема 7. Туристичні перевезення водним транспортом

Водний транспорт в туризмі. Особливості обслуговування водним транспортом. Круїзні території. Типи та класи суден. Види круїзів та їх характеристика. Організація туристичних перевезень водним транспортом. Організація перебування туристів на круїзному судні. Берегове обслуговування.

Тема 8. Туристичні перевезення автомобільним транспортом

Автомобільний транспорт в туризмі. Види автотранспортних перевезень. Організація перевезень на регулярних маршрутах. Організація туристичних перевезень автомобільним транспортом. Особливості організації спеціалізованого автотранспортного туру. Організація прокату автомобілів.

Тема 9. Туристичні формальності та умови їх дотримання.

Паспортно-візові формальності

Поняття та основні види туристичних формальностей. Міжнародна та національна нормативно-правова база дотримання туристичних формальностей. Вплив міжнародних інституцій та заходів міжнародної співпраці на спрощення туристичних формальностей.

Поняття та основні види паспортно-візових (поліцейських) формальностей. Паспорти та їх види. Класифікація віз та встановлення візового (безвізового) режиму. Шенгенська угода та шенгенська віза: правила оформлення документів туристів. Візовий центр. Візовий кодекс. Порядок акредитації туристичного підприємства в консульстві/посольстві іноземної держави в Україні. Правила та порядок оформлення української візи іноземним громадянам. Особливості оформлення віз в посольствах різних країн.

Тема 10. Митні формальності

Поняття митних формальностей. Органи, що забезпечують виконання митних формальностей. Митний контроль. Митний догляд. Митна декларація. Правила ввозу в Україну та вивозу з України особистих речей і придбаних товарів. Процедура митного догляду та правила оформлення митної декларації.

Тема 11. Валютні формальності

Валютні формальності. Правила перевезення валюти та інших цінностей через державний кордон України. Можливі проблеми туристів щодо виконання валютних формальностей. Правило «бордеро». Національна валюта країн подорожей.

Тема 12. Медико-санітарні формальності

Медико-санітарні формальності для туристів. Міжнародний сертифікат про вакцинацію. Сертифікати про переміщення тварин через кордон. Організація підготовки туристів до поїздки у регіони із незадовільним епідеміологічним станом.

Місцеві туристичні формальності та збори.

Тема 13. Страхування в туризмі

Сутність страхування в туризмі. Обов'язкові та добровільні види страхування в туризмі. Правила і порядок страхування туристів (медичне та від нещасного випадку). Форми компенсації туристам в разі настання страхових випадків. Порядок відшкодування страхових сум на медичне лікування.

Тема 14. Туристичні документи та правила їх оформлення

Основні види туристичних документів. Види договорів в туризмі та порядок їх оформлення. Ваучер як форма договору на туристичне обслуговування, правила його оформлення. Інформаційні, облікові, розрахункові та звітні туристичні документи. Оформлення документів туристичної групи (на виїзд за кордон; туристичної групи, що подорожує в межах України; дитячої туристичної групи). Порядок та послідовність оформлення документів індивідуальних туристів. Перелік питань щодо поінформувати туристів при здійсненні подорожей за кордон.

Технологічна карта туристичної подорожі. Графіки завантаження підприємств-постачальників послуг. Путівка. Ваучер. Листи бронювання. Паспорти об'єктів показу. Портфель гіда. Опис маршруту. Графік руху та карта-схема маршруту. Тексти дорожньої інформації (для автобусних турів). Опис технологічних особливостей туру; бланки заявок; графіки руху транспорту; тощо).

Інформаційні лист до туристичної подорожі (пам'ятка туристу). Довідкові матеріали по маршруту.

Тема 15. Бронювання туристичного обслуговування

Сутність бронювання в туризмі. Процес бронювання послуг у сфері туризму. Поняття та терміни “бронювання”, “резервування”, “запит”, “замовлення”, dead-line, stop-sale, over-booking та інші міжнародні терміни процесів бронювання та резервування.

Інформаційно-комп'ютерне забезпечення процесів бронювання. Платформи бронювання: GDS, ADS, BSP-платформи. Види систем бронювання та порядок бронювання в режимі on-line та off-line. SPO туроператора: правила бронювання послуг «зі знижкою». Процедура та порядок бронювання в режимі on-line. On-line туроперейтинг: пошук пакетного туру, підбір індивідуального туру / послуг.

Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.

Тема 16. Організація туристичного обслуговування

Шкала потреб споживачів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Форми та стилі обслуговування споживачів туристичного продукту. Формування комунікаційних навичок менеджера з туризму. Професійна етика та культура обслуговування споживачів туристичного продукту. Професійні стандарти працівників туристичного підприємства.

Процеси організації туристичного обслуговування. Обов'язки представника туристичного підприємства за кордоном та його повноваження. Фахівці туристичного супроводу: керівники туристичних груп, груповоди, трансфермени, отельні гіді, гест-рілейшинз, спортивні інструктори, туристичні гіді, провідники: функціональні обов'язки, представницькі функції. Стилi та культура обслуговування.

Тема 17. Претензійна робота в туризмі

Основні права та обов'язки туристів. Порядок відшкодування втрат в разі невиконання або неякісного виконання туристичного обслуговування. «Договірна» та «позадоговірна» шкода. Порядок компенсації втрат. Використання Франкфуртської таблиці для розрахунку суми відшкодування матеріальної шкоди заподіяної туристам з вини туроператора. Досвід інших країн щодо компенсації завданої шкоди з вини надавачів послуг.

Тема 18. Безпека туристичних подорожей

Нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристичних подорожей. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків.

Суб'єкти забезпечення безпеки туристичних подорожей та їх повноваження. Страхування ризиків у туризмі.

Тема 19. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі

Поняття «туроперейтингу». Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка впливу факторів. Структура ринку організованого туризму.

Класифікація та види туроператорів Види діяльності туроператорів. Профілі роботи туристичних організаторів.

Функції туроператорів. Схеми реалізації турпродукту туристичного оператора.

Схеми реалізації туристичного продукту на різних ринках. Взаємовідносини суб'єктів туристичного ринку. Методи збуту на різних видах туристичних ринків.

Власні бюро продажів туроператора, їх головні функції й завдання. Поняття та види ринкових каналів просування туристичного продукту. Схеми ринкових каналів просування туристичного продукту туроператора. Роздрібні й оптові туристичні компанії, їх місце в структурі збуту туроператора. Традиційні та нетрадиційні форми продажу туристичного продукту.

Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

Етапи формування та реалізації туристичного продукту компанії. Аквізиція туристів та засоби залучення клієнтів. Організація туристичного обслуговування різних типів споживачів.

Аквізитор: поняття, функції, завдання. Характеристика операційних процесів реалізації продукту через агентську збутову мережу. Рівні та ієрархічність каналів збуту: обов'язки по збуту продукту та обслуговуванню клієнтів. Агентський бізнес в туризмі. Агентські мережі.

Контрагентська мережа збуту та умови формування турагентських угод.

Тема 20. Проектування туристичного продукту

Нормативно-правове регламентування процесу проектування турів. Вербальна модель туристичної послуги. Вимоги до забезпечення безпеки туристичної послуги.

Обов'язкові та рекомендовані вимоги національних та міжнародних стандартів до якості туристичних послуг: відповідність призначенню, точність та своєчасність виконання, комплексність, етичність обслуговуючого персоналу, комфортність, естетичність, ергономічність.

Етапи проектування туристичного продукту. Проект програми обслуговування туристів та його структура. Проектування контролю якості туристичного продукту й обслуговування.

Тема 21. Позичування турів і туристичних операторів

Предметні дослідження у програмному туроперейтингу.

Концепції планування туристичних програм. Туристичні потреби та фактори, які впливають на процес їх формування. Стабільність місцевого туристичного ринку та спосіб життя населення. Способи організації досліджень програмного туроперейтингу.

Сегментування туристичного ринку. Відповідність базових, фінансових, ділових, інформаційних, організаційних та технологічних можливостей туроператора потребам різних сегментів туристичного ринку. Вимоги до туроператорів, працюючих з різними сегментами споживачів.

Визначення фокус-групи. Цільові характеристики обраного сегменту споживачів. Моделювання структури туристичного продукту для обраної фокус-групи.

Диференціація пропозицій туристичних операторів на видових ринках. Природні, організаційні та економічні підстави для диференціації турів.

Поняття та зміст діяльності з позиціонування турів і туроператорів. Цілі позиціонування. Популяризація конкурентних переваг туристичного продукту. Репутація туристичного оператора.

Підходи до техніки позиціонування програмних турів. Рівні позиціонування.

Тема 22. Діяльність туристичного оператора з організації турів

Вибір схеми роботи туроператора з організації турів. Організація турів, що передбачає роботу з субпідрядниками / постачальниками програмних послуг (пряма організація). Організація турів за участю посередника (опосередкована організація).

Передумови для прямої організації турів. Переваги та можливі ризики прямої схеми організації турів.

Характеристика опосередкованої схеми організації зарубіжних турів. Поняття meet-компанії та принципи її діяльності. Переваги та можливі ризики організації роботи аутгоїнгового оператора з зарубіжними meet-компаніями. Лоббі великих meet-компаній та їх вплив на ініціативних туроператорів.

Тема 23. Ідентифікація постачальників туристичних послуг

Види постачальників туристичних послуг. Контрагенти та субпідрядники туроператора: компанії-перевізники, заклади розміщення, екскурсійні бюро, заклади дозвілля, страхові компанії, підприємства-посередники. Технологія ідентифікації транспортних перевізників, колективних та індивідуальних закладів розміщення туристів, meet-компаній.

Договірний план туру. Можливі схеми взаємної роботи туроператора з постачальниками туристичних послуг та їх документальне оформлення. Договір (контракт) про спільну роботу оператора з постачальниками послуг, його структура та реквізити.

Тема 24. Організація участі підприємств у виставкових заходах

Основні види заходів виставкової індустрії в туризмі. Вебінари та workshop у туризмі. Рекламні тури (fam-trip). Участь у виставках. Оформлення стендів та формування їх зовнішнього стилю.

Послідовність пошуку, аналізу та освоєння туристичного потенціалу країн світу й потенційних партнерів за допомогою заходів виставкової індустрії. Проведення переговорів та заключення контракту. Обумовлення умов зовнішньоекономічних договорів/контрактів в туроперейтингу.

Тема 25. Програмний туризм як основа сучасного туроперейтингу

Поняття програмного туризму. Принципи сучасного програмного обслуговування. Психологічна підготовка до сприйняття туристичних програм.

Врахування індивідуальних потреб туриста при створенні програмного продукту. Досвід міжнародного співробітництва у вирішенні проблем програмного обслуговування.

Схеми роботи туроператора з транспортними перевізниками / компаніями. Умови договору фрахту судна/авто. Права та обов'язки сторін за договором транспортного обслуговування. Розподіл фінансової відповідальності за оренду транспортного засобу між учасниками пулу туроператорів.

Тема 26. Формування асортименту послуг туристичного оператора

Систематизація турів багатoproфільних операторів: за географічними напрямками, категоріями пропонованих готелів, класами морських та річкових суден. Ширина та глибина асортименту пропозиції туристичного оператора.

Форми відображення асортименту програмних турів. Каталоги оператора, СПО туроператора, цінові додатки до каталогів, «тарифна сітка». Рекламна, інформативна та спонукальна функції туроператорських каталогів. Основні вимоги до складання каталогів туристичних пропозицій.

Генеральні, рекламні та службові каталоги туристичних операторів. Формат та основний зміст каталогів. Варіанти представлення цінових таблиць. Підбір ілюстративного матеріалу. Он-лайн каталог туроператора. Спеціальні пропозиції туроператорів (СПО).

Тема 27. Рецептивний туроперейтинг

Поняття та зміст рецептивного туроперейтингу. Туристичні ресурси рецептивного туроперейтингу в Україні. Туристичні центри та DESTИНАЦІЇ рецептивного туроперейтингу. Популярні види туризму рецептивного українського туроперейтингу.

Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Умови співпраці рецептивних туроператорів з продуцентами туристичних послуг.

Особливості формування каталогу пропозицій рецептивного туроператора.

Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів в Україні. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туроператорів.

Бонусні програми національних туроператорів та взаємовідносини із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.

Тема 28. Ініціативний туроперейтинг

Оцінка туристичного ринку країни-потенційного партнера. Етапи дослідження туристичного ринку окремої країни туристичного інтересу: загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, ступінь інтегрованості ринку, стан та рівень доступності туристсько-екскурсійних ресурсів, стан та рівень розвитку сфери гостинності, територіальна організація ринку пропозиції, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Особливості формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг. Брендуння, просування та організація збуту продукту ініціативного туроператора.

Схеми роботи туроператора з іноземними meet-компаніями та закладами розміщення туристів. Види співробітництва туристичного оператора з іноземними партнерами: робота за разовими заявками, робота на умовах квотування, туристичний кредит. Види квот: безвідзивні та відзивні, разові та циклічні, суворо та вільно фіксовані. Організація та технологія використання туристичного кредиту. Права та обов'язки туроператора і meet-компанії за

договором про взаємне співробітництво сторін. Відповідальність оператора у випадку відмови туристів від подорожі/послуг.

Тема 29. Консолідований туроперейтинг

Світовий ринок туроператорів-консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг туроператора-консолідатора.

Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

Формування догоровного плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент. Бронювання та блокування місць в закладах розміщення, засобах пересування, ін. Умови отримання блоків місць в підприємствах туріндустрії.

Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.

Стратегія взаємодії туристичного оператора із закладами розміщення. Оренда готельних номерів/місць. Умови реалізації туристичним оператором номерів орендованого готелю. Придбання блоку місць на умовах комітменту та елотменту. Робота на умовах безвідзивного та пріоритетного бронювання. Робота на умовах підвищеної комісії. Разові замовлення на умовах стандартної комісії.

Тема 30. 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 розміщення та ін.). Типова форму (зміст) договору (угоди) про співробітництво. М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

Процеси бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування.

Види та форми розрахунків за туробслуговування. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

Перелік теоретичних питань

1. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми.
2. Вибір географії подорожей туристичним підприємством.
3. Планування туристичних подорожей.
4. Етапи формування та реалізації туристичного продукту туристичного підприємства.
5. Програмне обслуговування в туризмі.
6. Види програмних заходів, їх характеристика.

7. Програма перебування туристів: правила розроблення.
8. Вимоги державних, міжнародних стандартів з організації турів.
9. Види транспортних перевезень в туризмі.
10. Види транспортних подорожей і їх характеристика.
11. Перевізні документи та особливості їх оформлення.
12. Організація туристичних перевезень авіатранспортом.
13. Технологія обслуговування туристів на авіатранспорті.
14. Чартерні перевезення в туризмі.
15. Організація туристичних перевезень залізничним транспортом.
16. Технологія перевезення та обслуговування туристів на залізничному транспорті.
17. Види круїзів та їх характеристика.
18. Організація круїзного відпочинку.
19. Організація туристичних перевезень автомобільним транспортом.
20. Особливості організації спеціалізованого автотранспортного туру.
21. Тема 4. Туристичні формальності та умови їх дотримання.
22. Поняття та основні види туристичних формальностей.
23. Міжнародна та національна нормативно-правова база дотримання туристичних формальностей.
24. Паспорти та їх види.
25. Класифікація віз та встановлення візового (безвізового) режиму.
26. Правила та порядок оформлення української візи іноземним громадянам.
27. Поняття митних формальностей. Органи, що забезпечують виконання митних формальностей. Митний контроль. Митний догляд. Митна декларація.
28. Валютні формальності: Правила перевезення валюти та інших цінностей через державний кордон України.
29. Медико-санітарні формальності для туристів. Міжнародний сертифікат про вакцинацію.
30. Місцеві туристичні формальності та збори.
31. Страхування в туризмі: обов'язкові та добровільні види страхування в туризмі; правила і порядок страхування туристів.
32. Основні види туристичних документів.
33. Види договорів в туризмі та порядок їх оформлення.
34. Ваучер як форма договору на туристичне обслуговування, правила його оформлення.
35. Інформаційний лист до туристичної подорожі (пам'ятка туристу).
36. Процес бронювання послуг у сфері туризму.
37. Інформаційно-комп'ютерне забезпечення процесів бронювання. Платформи бронювання: GDS, ADS, BSP-платформи.
38. Види систем бронювання та порядок бронювання в режимі on-line та off-line.
39. On-line туроперейтинг: пошук пакетного туру, підбір індивідуального туру / послуг.

40. Шкала потреб споживачів та формування психологічного портрету потенційних туристів.
41. Форми та стилі обслуговування споживачів туристичного продукту.
42. Формування комунікаційних навичок менеджера з туризму.
43. Професійна етика та культура обслуговування споживачів туристичного продукту. Професійні стандарти працівників туристичного підприємства.
44. Процеси організації туристичного обслуговування.
45. Фахівці туристичного супроводу: тур-екскорт, туристичні гіді, провідники: функціональні обов'язки, представницькі функції.
46. Основні права та обов'язки туристів.
47. Порядок відшкодування втрат в разі невиконання або неякісного виконання туристичного обслуговування.
48. Нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристичних подорожей.
49. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків.
50. Суб'єкти забезпечення безпеки туристичних подорожей та їх повноваження. Страхування ризиків у туризмі.
51. Структура ринку організованого туризму.
52. Класифікація та види туроператорів.
53. Види діяльності туроператорів. Профілі роботи туристичних організаторів.
54. Функції туроператорів. Схеми реалізації турпродукту туристичного оператора.
55. Схеми реалізації туристичного продукту на різних ринках.
56. Методи збуту на різних видах туристичних ринків.
57. Власні бюро продажів туроператора, їх головні функції й завдання.
Організація збуту туристичного продукту
58. Види та форми турагентської діяльності.
59. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.
60. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.
61. Концепції планування туристичних програм.
62. Туристичні потреби та фактори, які впливають на процес їх формування.
63. Сегментування туристичного ринку.
64. Диференціація пропозицій туристичних операторів на видових ринках.
65. Вибір схеми роботи туроператора з організації турів.
66. Поняття meet-компанії та принципи її діяльності.
67. Види постачальників туристичних послуг. Контрагенти та субпідрядники туроператора.
68. Систематизація турів багатoproфільних операторів.

- 69.Форми відображення асортименту програмних турів.
- 70.Каталоги оператора, СПО туроператора, цінові додатки до каталогів, «тарифна сітка».
- 71.Рецептивний туроперейтинг. Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів.
- 72.Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів в Україні.
- 73.Ініціативний туроперейтинг. Оцінка туристичного ринку країни-потенційного партнера.
- 74.Схеми роботи туроператора з іноземними meet-компаніями та закладами розміщення туристів.
- 75.Консолідований туроперейтинг. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу.

Рекомендована література

1. Туроперейтинг: навч. посібник /за ред. д.е.н., проф. В.Я. Брича. – К.: Кондор - Видавництво, 2014. – 276 с.
2. Ведмідь Н.І., Михайліченко Г.І. Курортний туроперейтинг: опорний конспект лекцій. – К.: КНТЕУ, 2016. – 202 с.
3. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335 с.
4. Михайліченко Г.І. Туроперейтинг: підручник. – КНТЕУ, 2018 рік. – 342 с.
5. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей: навч. посібник / Г.І. Михайліченко, А.Ю. Єременко – К.: КНТЕУ, 2011. – 392 с.
6. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей: опорний конспект лекцій / Г.І. Михайліченко. – К.: КНТЕУ, 2017. – 192 с.
7. Писаревський І.М. Планування та організація туристських маршрутів: підручник / І.М.Писаревський, М.В. Тонкошкур. – Х: ХНАМГ, 2011. – 304 с.
8. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. – КНТЕУ, 2013р.– 608с.
9. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко, М.Г. Бойко, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Н.І. Ведмідь [та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 595 с.
10. Туристські дестинації (теорія управління, бренд): монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко, Г.І. Михайліченко, Н.І. Ведмідь [та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 347 с.
11. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: монографія / За заг. ред. В.В. Александрова, - Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. – 268 с.

12. Туристичний імідж регіону: монографія / за заг. редакцією А.Ю. Парфіненко. – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2011. – 312 с.

3 . Програма навчальної дисципліни «МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ»

Тема 1. Вступ до предмету. Теоретичні основи менеджменту

Сутність управління та менеджменту. Необхідність і сутність управління. Особливості і зміст поняття менеджмент. Підходи до визначення менеджменту. Сутність категорій «менеджмент», «управління» та «управлінські відносини». Суб'єкт та об'єкт управління., їх характеристика, взаємозв'язок і взаємодія. Менеджмент як вид професійної управлінської діяльності в умовах ринкових відносин характеристика і аналіз різних визначень менеджменту. Управлінські відносини як предмет вивчення дисципліни. Менеджмент як наукова дисципліна. Наукові підходи до менеджменту. Рівні менеджменту. Цілі менеджменту, їх характеристика, значення і класифікація. Особливості і проблеми управління підприємствами туристичної сфери.

Тема 2. Еволюція наукових шкіл менеджменту

Основні етапи розвитку управлінської думки. Школа наукового управління (раціоналістична). Класична (адміністративна) школа управління. Школа людських відносин. Школа поведінкових наук (біхевіористична школа). Сучасна наукові течії менеджменту та їх внесок у її розвиток управлінської думки.

Тема 3. Природа і особливості управлінської праці. Керівництво та лідерство

Підприємці та менеджери. 10 управлінських ролей керівника. Форми управлінського впливу: лідерство та влада. Стили керівництва.Зміст роботи керівника з управління організацією. Діапазон керованості. Розподіл завдань і функцій. Техніка і форми передачі розпоряджень.

Тема 4. Принципи та методи менеджменту

Поняття та еволюція принципів управління. Методологія формування принципів управління на підприємствах індустрії гостинності. Сутність методів менеджменту, їх змісті зв'язок з функціями управління. Значення системи методів менеджменту в роботі закладів готельно-ресторанного господарства. Мотиваційна природа методів менеджменту. Класифікація методів менеджменту, їх взаємозв'язок. Економічні методи менеджменту, їх значення та напрями використання в закладах готельно-ресторанного господарства. Зміст економічних методів менеджменту, комерційний розрахунок, ціноутворення, прибуток, матеріальне стимулювання. Організаційно – розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту. Характеристика методів організаційного впливу: організаційне регламентування, закони, статuti, положення, організаційне нормування, інструктування. Особливості

регламентування в закладів готельно-ресторанного господарства. Розпорядчий вплив форми його застосування : накази, розпорядження, вказівки. Значення людського фактора в управлінні закладами готельно-ресторанного господарства. Цілі, задачі та форми використання соціально-психологічних методів менеджменту: підвищення соціальної активності серед колективу, соціальне нормування та регулювання, методи пропаганди і агітації, формування оптимального психологічного клімату в колективі, тощо.

Тема 5. Прийняття управлінських рішень

Сутність управлінських рішень, їх значення для ефективності роботи готельно-ресторанних комплексів. Класифікація управлінських рішень. Вимоги до управлінських рішень: наукова обґрунтованість, реальність, цільова спрямованість, кількісна та якісна визначеність. Технологія підготовки та прийняття управлінських рішень. Аналіз і класифікація проблем в діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства. Принципи та етапи процесу прийняття управлінських рішень. Методи розробки варіантів управлінських рішень: експертної оцінки, моделювання, «мозкового штурму», порівняння. Критерії відбору варіантів рішення. Вимоги до прийняття отриманого рішення керівником підприємства. Характеристика факторів, що впливають на ефективність управлінських рішень. Етапи реалізації управлінських рішень.

Тема 6. Системна методологія в менеджменті. Організація як система

Організація як система та об'єкт управління. Вплив факторів зовнішнього середовища на управління підприємствами туристичного бізнесу.

Структура та характеристика основних елементів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємств туристичного бізнесу. Зовнішнє середовище організації. Фактори прямого та непрямого впливу. Внутрішнє середовище організації. Взаємозв'язок внутрішніх елементів системи та факторів зовнішнього середовища. Підприємство як відкрита соціально-економічна система. Поняття PESTE – аналізу, SWOT – аналізу.

Тема 7. Еволюція підприємства. Організація управління підприємством туристичної сфери

Зміни як об'єктивний процес розвитку організації. Поняття життєвого циклу підприємства. Менеджмент на різних стадіях підприємств готельного та ресторанного господарства. Поняття про реструктуризацію та реінжиніринг підприємства

Порядок заснування підприємства. Засновницькі документи та їх підготовка. Статутний фонд та його формування. Державна реєстрація. Припинення діяльності підприємств. Державне регулювання діяльності підприємств туристичної сфери. Ліцензування СПД у туризмі.

Тема 8. Організаційно – правові форми підприємництва в туристичному бізнесі

Основні форми підприємництва в Україні. Підприємство, його ознаки. Державні, комунальні, приватні, колективні підприємства. Господарські товариства, види товариств. Види і організаційно-правові форми об'єднань підприємств. Індивідуальне підприємництво Підприємець – фізична особа. Малий бізнес як форма управління у туристичному бізнесі. Визначення та критерії малого бізнесу. Передумови виникнення великого бізнесу та поширення інтеграційних процесів у туристичному бізнесі. Стратегія синергізму у туристичному бізнесі. Стратегічні альянси. Вертикальна і горизонтальна інтеграція та квазіінтеграція. Франчайзинг як провідна форма управління у туристичному бізнесі. Сутність контрактного управління, передумови і тенденції його розвитку. Сутність концесії та її форми.

Значення об'єднань підприємств в умовах сучасного ринку. Види і форми об'єднань підприємств. Франчайзинг в туристичній сфері.

Тема 9. Функції менеджменту. Функція планування.

Характеристика і класифікація спеціальних конкретних функцій менеджменту на підприємствах туристичної сфери.

Функціональна спеціалізація управління в закладах ГРГ. Класифікація функцій менеджменту. Основні (загальні) та спеціальні функції менеджменту, їх взаємозв'язок. Співвідношення та взаємозв'язок функцій менеджменту в управлінських системах різних рівнів. Сутність і зміст функції планування та прогнозування. Характеристика факторів, що впливають на процес планування. Принципи планування. Рівні планування діяльності підприємств туристичної сфери. Методи планування діяльності підприємств.

Тема 10 Функція організації. Організаційні структури сучасних туристичних підприємств.

Функція організації як базисна функція менеджменту, її зміст і напрями реалізації в закладах готельно-ресторанного господарства. Координування як функція забезпечення ритмічної роботи закладу, умови її виконання.

Концепт «організаційна структура управління підприємством». Елементи проектування організаційної структури підприємств туристичного бізнесу
Горизонтальна, вертикальна та функціональна спеціалізація
Зв'язки на підприємстві

Департаменталізація. Визначення та вибір типу департаменталізації на підприємствах туристичного бізнесу
Масштаб керованості та виникнення управлінської ієрархії.

Розподіл прав і відповідальності. Управлінські повноваження та їх види.
Централізація та диференціація. Диференціація та інтеграція
Ситуаційні фактори проектування організаційної структури підприємства.
Принципи побудови організаційних структур. Основні типи і види оргструктур.
Сучасні форми організаційних структур. Основні види оргструктур в

управлінні туристичних підприємств, їх особливості. Класифікація служб і посад на туристичному підприємстві.

Організаційна структура готельних комплексів різних типів і місткості. Класифікація служб, підрозділів і посад в готельному комплексі за характером отримання доходу (прямий і непрямий дохід) та наявності контакту з гостями (frontoffice та backoffice).

Тема 11. Функція мотивації, її сутність і значення.

Функція мотивації (стимулювання), її сутність і значення, порядок та напрями реалізації на підприємствах туристичної сфери. Змістові та процесуальні теорії мотивації персоналу. Матеріальні та нематеріальні методи мотивації персоналу. Сучасні підходи до мотивації персоналу підприємств туристичної сфери.

Тема 12. Функція контролю.

Функція контролю як форма зворотного зв'язку від підрозділів закладу до органів управління. Види контролю в туризмі та готельно-ресторанному господарстві. Попередній, поточний та заключний контроль. Органи зовнішнього та внутрішнього контролю за діяльністю підприємств готельно-ресторанного господарства.

Тема 13. Самоменеджмент

Сутність поняття «самоменеджмент». Функціональна модель самоменеджменту.

Час менеджера та основні принципи його раціонального використання. Методи планування робочого часу. Основні методи організації діяльності менеджера. Встановлення пріоритетів. Основні принципи делегування. Планування ділової кар'єри менеджера. Організація і техніка проведення ділових нарад. Організація і техніка прийому відвідувачів.

Тема 14. Система функціонального менеджменту організації. Стратегічний менеджмент на підприємствах туристичної сфери

Система функціонального менеджменту організації. Стратегія та місія підприємства. Фактори вибору стратегії підприємства. Стратегічний вибір як функція вищого менеджменту. Базові стратегії розвитку підприємств туристичної сфери.

Тема 15. Операційний менеджмент у туризмі

Суть і завдання операційного менеджменту підприємства сервісу. Принципи та система управління виробництвом послуг. Основні елементи виробничого менеджменту туристичних підприємств.

Основні елементи виробничого менеджменту підприємств готельно-ресторанного господарства Системний аналіз та планування виробничого процесу, основні показники .

Концепція генералізації турпродукту, його життєвий цикл. Етапи процесу формування пакету туристичних послуг. Технологія складання програми туру. Робота з туристичними каталогами. Розрахунок вартості турпродукту та ефективності його впровадження. Оцінка ризиків впровадження туристичного напрямку. Формування пакету документів на туриста.

Організація роботи туроператора з постачальниками туристичних послуг. Технологія обслуговування туриста. Характеристика роботи туроператора з авіакомпаніями. Форми взаємодії туристичних підприємств з автобусними компаніями та Укрзалізницею. Організація трансферу. Договірні відносини з підприємствами розміщення. Порядок взаємовідносин туроператорів та формування збутової мережі. Виставкова діяльність в туризмі. Організація візової підтримки.

Тема 16. Офісний менеджмент

Концепція сучасного офісу. Класифікація офісів. Вимоги до оформлення та облаштування сучасного офісу. Концепція електронного офісу. Віртуальний офіс
Організація роботи сучасного офісу. Організація діловодства в офісі туристичного підприємства.

Тема 17. Система кадрового менеджменту підприємства туризму

Поняття та значення кадрової політики на підприємствах туристичного, готельного та ресторанного бізнесу. Сутність стратегії управління персоналом. Основні типи кадрової стратегії. Взаємозв'язок стратегії розвитку організації, стратегії управління персоналом та кадрової політики. Механізм розроблення та реалізації кадрової політики підприємства

Роль персоналу в досягненні ефективності та підвищенні конкурентоспроможності підприємств туризму. Фактори, що визначають підвищену увагу менеджменту персоналу в індустрії туризму. Особливості та проблеми управління персоналом в туризмі. Система кадрової роботи. Штатний розклад, функції та посадові обов'язки працівників. Кількісні та якісні характеристики персоналу. Визначення потреби в людських ресурсах та добір персоналу. Оцінювання роботи персоналу. Принципи та методи мотивації працівників. Основні напрямки підвищення ефективності використання трудових ресурсів на підприємствах туризму.

Тема 18. Організація набору персоналу

Зміст процесу набору та наймання персоналу. Основні джерела інформації про вакансії. Моделі та методи набору персоналу. Критерії відбору персоналу
Загальні процедури найму персоналу в організації. Трудова адаптація та її види: організаційна, соціально-психологічна, професійна, психофізіологічна
Керівна і виховна роль керівника та менеджера персоналу.

Тема 19. Оцінювання персоналу

Сутність, предмет та цілі оцінювання. Методи, критерії оцінювання персоналу.

Якісні, кількісні та комбіновані методи оцінювання працівників організації

Атестація персоналу підприємств туристичного бізнесу: сутність та види

Організація та порядок проведення атестації персоналу.

Вигорання персоналу та шляхи його профілактики.

Тема 20. Керівництво колективом та основи організаційної поведінки

Організаційна поведінка як об'єкт управління, характеристика факторів, що її визначають. Сутність і завдання психології управління. Поняття, види та характеристика колективів і соціальних груп. Умови трансформації колективу в команду.

Принципи побудови гармонійних взаємовідносин керівника та підлеглих на підприємстві.

Поняття та зміст організаційної культури підприємства туризму. Нормативні документи, що фіксують норми організаційної культури. Шляхи впровадження організаційної культури. Імідж підприємства туризму: основні складові, значення та стратегія просування.

Тема 21. Управління маркетингом на підприємстві туризму

Маркетинг як специфічна функція управління. Структура апарату управління маркетинговою діяльністю технологія маркетингової діяльності на підприємствах туризму. Особливості позиціонування підприємств туризму. Специфіка маркетингу послуг туризму Специфіка маркетингу послуг туризму. Вибір цілей і завдань маркетингу туристичних послуг. Система маркетингових комунікацій підприємств туризму. Поняття та структура комплексного маркетингу туристичного підприємства.

Тема 22. Управління репутацією підприємства туристичної сфери

Створення позитивного іміджу та високої репутації підприємства
Створення фірмового стилю, визначення соціально значущої ролі підприємства, його індивідуальності та ідентичності.

Модель брендингу підприємства в контексті стратегічного управління розвитком. Етапи процесу бренд-менеджменту підприємства туристичної галузі.

Взаємозв'язок між громадським рейтингом підприємства і його фінансовим успіхом. Використання сучасної концепції бенчмаркінгу при формуванні іміджу підприємств туризму та готельно-ресторанного бізнесу

Тема 23. Управління фінансово-економічною системою на підприємстві туризму

Суть, мета і механізми фінансового менеджменту. Фінансова політика підприємства. Структура апарату управління фінансами. Організація фінансової

звітності на підприємстві. Ціноутворення в туризмі. Механізм формування цін на послуги підприємств туризму. Джерела фінансування діяльності туристичного підприємства. Характеристика показників рентабельності підприємства. Управління інвестиційною діяльністю та бізнес-планування на підприємствах туризму.

Тема 24. Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства підприємств туристичної галузі

Сутність та основні види ризиків у діяльності підприємств туризму. Класифікація та характеристика ризиків підприємств туризму. Структурно-логічна схема процесу управління ризиком та характеристика змісту окремих етапів роботи. Шляхи та заходи щодо профілактики та мінімізації рівня ризиків на підприємствах туризму. Форми внутрішнього страхування господарського ризику та оцінка їх ефективності на підприємствах туризму. Форми зовнішнього страхування господарського ризику. Обов'язкове та добровільне страхування. Ефективність зовнішнього страхування господарського ризику, методи розрахунків. Банкрутство підприємства: його суть та форми регулювання в Україні. Основні причини, що призводять до банкрутства підприємств туризму. Санація підприємств та умови її проведення. Форми санації підприємств, порядок та черговість задоволення претензій кредиторів у разі банкрутств.

Тема 25. Формування конкурентного статусу підприємств туризму

Поняття та види конкурентоспроможності. Конкурентні стратегії та впливовість конкурентних сил. Фактори конкурентоспроможності підприємства туризму. Конкурентний статус та методи його оцінки. Недобросовісна конкуренція та захист від неї.

Тема 26. Оцінювання ефективності управління підприємствами в туризмі

Поняття ефективності, її критерії. Ресурсно-потенціальний підхід до оцінки ефективності системи. Оцінка ефективності підприємства за критеріями сталого розвитку. Оцінка ефективності управління.

Перелік теоретичних питань

1. Організація та координація як функції менеджменту. Особливості контролю на підприємствах гостинності.
2. Методи підвищення кваліфікації персоналу на туристичних підприємствах.
3. Контроль як функція менеджменту. Види контролю. Особливості контролю на підприємствах гостинності
4. Оцінка персоналу, її значення в управлінні. Методи оцінки персоналу.
5. Мотивація як функція менеджменту. Види мотивації на підприємствах гостинності.
6. Методи адаптації персоналу на туристичних підприємствах

7. Планування як функція менеджменту. Види планування на підприємствах гостинності.
8. Методи підбору персоналу на туристичних підприємствах
9. Стилi управління.
10. Сутність поняття «самоменеджмент». Функціональна модель самоменеджменту
11. Фінансова звітність підприємств. Основні показники фінансової ефективності підприємства.
12. Концепція проектування роботи на підприємствах туристичного бізнесу.
13. Поняття про банкрутство. Економічна та юридична сутність банкрутства.
14. Концепції та принципи адміністративного менеджменту.
15. Поняття про методи управління. Види методів управління.
16. Сутність та історичні передумови адміністративного менеджменту.
17. Структура і функції фінансового менеджменту на підприємстві
18. Малий бізнес як форма управління у туристичному бізнесі. Визначення та критерії малого бізнесу.
19. Структура і функції маркетингового менеджменту на підприємстві .
20. Послуги як об'єкт управління. Характерні ознаки послуг нематеріального характеру та їх вплив на менеджмент.
21. Організація та координація як функції менеджменту. Особливості контролю на підприємствах гостинності
22. Методи підвищення кваліфікації персоналу на туристичних підприємствах
23. Контроль як функція менеджменту . Види контролю. Особливості контролю на підприємствах гостинності.
24. Оцінка персоналу, її значення в управлінні. Методи оцінки персоналу.
25. Мотивація як функція менеджменту. Види мотивації на підприємствах гостинності.
26. Методи адаптації персоналу на туристичних підприємствах.
27. Планування як функція менеджменту. Види планування на підприємствах гостинності.
28. Методи підбору персоналу на туристичних підприємствах.
29. Методики PESTE- та SWOT – аналізу, їх значення в стратегічному плануванні підприємства гостинності.
30. Поняття та еволюція принципів управління. Формування принципів управління на підприємствах індустрії гостинності
31. Види та організаційно-правові форми підприємств в Україні.
32. Поняття управлінських рішень . Методи прийняття управлінських рішень.
33. Порядок створення та реєстрації підприємницької діяльності в туризмі.
34. Основні завдання кадрового менеджменту підприємства гостинності.
35. Життєвий цикл організації. Менеджмент на різних стадіях ЖЦ підприємств
36. Підприємство як відкрита соціально-економічна система. Взаємозв'язок факторів зовнішнього середовища з діяльністю підприємства туризму.
37. Проблеми менеджменту підприємств туризму на сучасному етапі.

38. Організація як система та об'єкт управління. Внутрішнє середовище організації.
39. Предмет науки управління, сутність і зміст поняття менеджмент. Необхідність та сутність управлінської діяльності.
40. Стратегічний менеджмент підприємства гостинності.

Рекомендована література

1. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
2. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.] ; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.
3. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова ; КУТЕП. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.
4. Бабарицька, В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб./ В.К.Бабарицька, О.Ю.Малиновська.– 2-е вид., перероб. та доп.– К.: Альтерпрес, 2008.–288 с.
5. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент : підручник / А. Л. Бобровський. – К. : Академія, 2009. – 585 с.
6. Балашова, Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 184 с.
7. Василенко, В. О. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – К. : Освіта України, 2012. – 508 с.
8. Время для компании. Корпоративный тайм-менеджмент / Г. Архангельский, Л. Богущ, Н. Васильева [и др.] ; под ред. Н. Ханановой. – К. : А. Капуста, 2011. – 180 с.
9. Дядечко, Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. – К. : ЦУЛ, 2007. – 224 с.
10. Кожушко, Л. Ф. Екологічний менеджмент : підручник / Л. Ф. Кожушко, П. М. Скрипчук. – К. : Академія, 2007. – 432 с.
11. Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
12. Мальська, М. П. Організація та планування туристичних підприємств : теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : ЦУЛ, 2012. – 248 с.
13. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2007. – 690 с.
14. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.] ; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.

15. Нечаюк, Л. І. Готельно-ресторанний бізнес. Менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – 3-тє вид. – К. : ЦУЛ, 2009. – 344 с.

16. Новиков, В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие / В. С. Новиков. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Академия, 2010. – 208 с.

17. Пуцентейло, П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К. : ЦУЛ, 2007. – 344 с.

18. Панченко, Ю. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. / Ю. В. Панченко, О. Є. Лугінін, С. В. Фомішин. – Херсон : Олді-плюс, 2013. – 342 с.

3. Програма навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ»

Тема 1. Сутність та роль маркетингу в туризмі

Суть, цілі і завдання маркетингу. Визначення та принципи маркетингу. Становлення та розвиток маркетингу туристичних послуг. Сфера дослідження маркетингу послуг. Функції маркетингу туристичних послуг. Аналіз ринкових можливостей і загроз. Інструменти маркетингу. Концепція маркетингу послуг.

Тема 2. Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг

Суть і завдання маркетингових досліджень. Проблематика маркетингових досліджень. Процес маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень. Інформаційні джерела даних маркетингових досліджень. Опитування. Анкета. Побудова програми маркетингових досліджень.

Тема 3. Маркетингові дослідження конкурентного середовища.

Дослідження конкурентного середовища. Виявлення пріоритетних конкурентів і визначення сили їхньої позиції. Конкурентні стратегії. Дослідження конкурентоспроможності туристичної компанії в цілому. Маркетинговий аналіз умов конкуренції в туризмі.

Тема 4. Дослідження поведінки споживача

Зміст та етапи аналізу поведінки споживачів. Споживання турпродукту. Процес поведінки споживача. Чинники впливу на поведінку споживача при купівлі турпродукту. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів. Рід занять. Економічний стан. Стиль життя. Соціальні чинники. Група членства. Психологічні чинники. Ролі кінцевих споживачів при здійсненні купівлі. Ініціатор. Користувач. Особа, що ухвалює рішення. Покупець. Користувач. Типи поведінки споживачів при ухваленні рішення про покупку. Підходи до моделювання поведінки споживача. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів. Аналіз поведінки споживача на бренд.

Тема 5. Маркетинг турпродукту

Теорія маркетингу туристичного продукту. Специфіка маркетингу туристичного продукту. Життєвий цикл туристичного продукту.

Тема 6. Маркетингові комунікації в туризмі.

Маркетингові комунікації в туризмі. Теорія реклами в туризмі. Класифікація реклами. Процес розробки туристичної реклами. Сутність медіапланування. Планування рекламної кампанії туристичного продукту. Паблікрілейшнз.

Тема 7. Сегментація ринку туристичних послуг

Сегментація. Критерії сегментації туристичного ринку. Етапи сегментування. Маркетингова оцінка сегментів ринку. Алгоритм оцінки атракційності сегменту ринку. Вибір цільових ринків. Географічна сегментація. Демографічна сегментація. Гео-демографічна сегментація. Психографічна сегментація. Орієнтації споживачів. Сегментація на психографічні типи споживачів за стилем життя. Сегментація за типом поведінки. Сегментація по відношенню до туристичної компанії та її пропозицій. Сегментація туристичного ринку по групах турпродуктів. Сегментація туристичного ринку за конкурентами. Позичювання продукту у вибраних сегментах ринку. Види позицювання. Способи позицювання туристичного продукту. Репозицювання. Стратегії репозицювання турпродукту.

Тема 8. Маркетингове планування туристичної діяльності

Поняття й етапи маркетингового управління. Структура маркетингового планування. Аналіз стану підприємства. Знаряддя реалізації маркетингових планів. Асортиментна політика підприємства. Фактори, що впливають на формування асортименту. Цінова політика туристичного підприємства. Цілі ціноутворення в туризмі. Максимізація прибутку. Лідерство в якості. Лідерство на ринку. Утримання ринкових позицій. Фактори ціноутворення. Методи ціноутворення. Ціноутворення на основі витрат. Ціноутворення з орієнтацією на рівень конкуренції. Ціноутворення з орієнтацією на туристичний попит. Ціновий прорив. Нейтральне ціноутворення. Преміальне ціноутворення.

Тема 9. Дистрибуція туристичних послуг

Поняття дистрибуції туристичних послуг. Вибір каналу дистрибуції у сфері туризму. Типологія каналів дистрибуції. Пряма система дистрибуції. Системи непрямой дистрибуції. Спеціалізація посередників і форми вертикальної інтеграції в каналах дистрибуції. Сучасні канали дистрибуції туристичних послуг. Стимулювання збуту. Етапи стимулювання. Розробка програми стимулювання збуту. Засоби стимулювання споживачів (туристів). Засоби стимулювання роздрібних турагентів. Аналіз результатів стимулювання.

Тема 10. Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії

Поняття, роль і структура популяризації. Засоби популяризації туристичних послуг. Реклама туристичних послуг. Туристична пропаганда й активізація продажу. Персональний продаж. Бренд. Брендинг турпродукту. Туристичний брендинг. Торгова марка. Фірмовий стиль. Правильні та помилкові властивості туристичних брендів. Лояльність споживачів до бренду.

Тема 11. Маркетингові стратегії у сфері туристичних послуг

Поняття маркетингової стратегії. Основні види маркетингових стратегій у туризмі: проникнення на новий туристичний ринок; розвиток нового туристичного ринку; розробка нових туристичних продуктів; диверсифікація тур продукту. Побудова стратегії підприємства відповідно до дій конкурентів. Оперативне планування у сфері маркетингу туристичних послуг. Контроль маркетингової діяльності туристичного підприємства.

Тема 12. Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств

Види інновацій у туризмі. Маркетингові інновації у туристичній діяльності. Стан та перспективи впровадження digital-інструментів у туризмі.

Перелік теоретичних питань

1. Сутність маркетингу в туризмі.
2. Становлення та розвиток туристичного маркетингу.
3. Рівні і функції маркетингу в туризмі.
4. Основні умови застосування і принципи маркетингу в туризмі.
5. Теорія маркетингу туристичного продукту.
6. Специфіка маркетингу туристичного продукту.
7. Життєвий цикл туристичного продукту.
8. Суть і завдання маркетингового дослідження.
9. Етапи маркетингових досліджень.
10. Маркетингова інформації та її класифікація. Методи збору інформації.
11. Методи маркетингових досліджень.
12. Форми організації маркетингових досліджень.
13. Дослідження конкурентного середовища.
14. Виявлення пріоритетних конкурентів і визначення сили їхньої позиції.
16. Дослідження конкурентоспроможності туристичної компанії в цілому.
17. Маркетинговий аналіз умов конкуренції в туризмі.
18. Дослідження поведінки споживача.
19. Чинники впливу на споживачів туристичних послуг.
20. Ролі кінцевих споживачів при здійсненні покупки.
21. Процес ухвалення рішення про покупку.

22. Типи поведінки споживачів при ухваленні рішення про покупку.
23. Необхідність утримання споживачів.
24. Вивчення ставлення до туристичної фірми.
25. Теоретичні аспекти сегментації туристичного ринку.
26. Цільовий сегмент ринку.
27. Види сегментації туристичного ринку.
28. Принципи сегментації.
29. Методи сегментації.
30. Процес сегментації.
31. Маркетингові комунікації в туризмі.
32. Теорія реклами в туризмі.
33. Класифікація реклами.
34. Процес розробки туристичної реклами.
36. Планування рекламної кампанії туристичного продукту.
38. Суть брендингу туристичних компаній.
39. Фірмові назви.
40. Аспекти туристичного брендингу.
41. Розширення туристичного бренду.
42. Брендинг турпродукту.
43. Сприйняття туристичного бренду покупцями.
44. Технологія створення туристичного бренду.
45. Концепція туристичного бренду.
46. Позиціонування туристичного бренду.
48. Види та форми франчайзингу у туризмі.
49. Методи франчайзингових систем у туризмі.
50. Готовність компаній до створення франчайзингової мережі.
52. Взаємини учасників франчайзингу.
54. Переваги і недоліки франчайзингу.
55. Ціна в комплексі маркетингу туристичного підприємства.
56. Чинники та методи ціноутворення в туризмі.
57. Фактори та цілі процесу ціноутворення.
58. Вибір та реалізація цінової стратегії.
59. Формування збутової стратегії туристичними підприємствами.
60. Канали збуту туристичного продукту.
63. Особливості маркетингу на світовому туристичному ринку.
64. Організація маркетингових досліджень на зовнішніх ринках.

Рекомендована література

1. Маркетинг міжнародного туризму : навчальний посібник / Я. С. Ларіна [та ін.]. - Херсон : Видавничий дім "Гельветика", 2018. - 412 с.

2. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг // пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 944 с.
3. Мунін, Г. Б. Маркетингу туризму: навч. посібник / Г.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Змійов – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 324 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг // пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 944 с. : ил.
5. Кудла, Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
6. Кузнецова, И.А. Маркетинг в туризме: практикум / И.А. Кузнецова, Е.В. Мискевич, С.А. Демьянов. – Минск: ПолесГУ, 2012. – 94 с.
- 7 . Мунін, Г. Б. Маркетинг туризму : економіко-організаційні аспекти : підручник / Г. Б. Мунін, В. О. Лук'янов, В. В. Гарагонич. – К. : Кондор, 2011. – 430 с.

Приклади комплексних задач

Задача 1. СПА-готель "5 океан" розташований у м. Трускавець, в південно-східній частині курорту. Одночасно може розмістити в 110 номерах різних категорій. В кожному номері є окремий санвузол, ванна або душова кабіна, цілодобово гаряча і холодна вода, індивідуальне опалення, кондиціонер, сейф, холодильник, плазмові телевізори з кабельним телебаченням, телефони з міжнародним зв'язком та вихід в Інтернет у всіх кімнатах, набір столового посуду.

Розрахувати виручку (дохід) від реалізації готельних номерів.

Запропонуйте інновації в готельному обслуговуванні для збільшення доходу готелю.

| Категорія номера | Кількість номерів, од. | Кількість днів роботи, днів | Планова кількість номероднів | Ціна одного номера на добу, грн. | Коеф. Завант. | Доходи від експлуатації, тис. грн. |
|--------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------------------------------|---------------|------------------------------------|
| Одномісні стандарт | 35 | 350 | | 1200 | 90 | |
| Двомісні стандарт | 50 | 365 | | 1450 | 85 | |
| Люкс | 10 | 350 | | 2200 | 85 | |

| | | | | | | |
|-----------|----|-----|--|------|----|--|
| Напівлюкс | 14 | 365 | | 1800 | 90 | |
| РАЗОМ | | | | | | |

Задача 2. Ви – менеджер з набору та розстановки персоналу на туристичному підприємстві. Під час аналізу фінансового звіту за даний рік на туристичному підприємстві виявлено зростання обсягу збуту .

Розрахуйте продуктивність праці менеджерів з продажу в кількості обслугованих клієнтів і у вартісному виразі, та проаналізуйте динаміку ефективності праці на основі нижченаведених даних:

- у 2017 році було обслуговано 1200 клієнтів, в 2018 році їх кількість збільшилася на 7 %.

- виручка від реалізації склала: у 2017 році – 2800 тис. грн., в 2018 році збільшилася на 20%.

- середньооблікова чисельність персоналу підприємства була в 2017 році – 40 осіб, в 2018 році – 38 осіб.

Запропонуйте заходи щодо мотивації та підвищення продуктивності праці працівників підприємства.

Задача 3. У жовтні за запитом споживачів підприємство розробило ексклюзивний тур. Змінні витрати по туру склали 12000 грн. Постійні витрати за місяць складають 15000 грн. За рахунок цього туру підприємство планує покрити 25% постійних витрат. Підприємство є платником ПДВ. Розрахуйте, який має отримати дохід з туру підприємство у наступному місяці, якщо:

- протягом року частка витрат змінних у чистому доході коливалася у розмірі 89%.
- чистий прибуток підприємства у жовтні склав 12000 грн, і керівництво має намір досягти цього рівня і в наступному місяці.

Задача 4. Розрахуйте вартість туру « Намисто Славутича» для туристів з Польщі тривалістю 7 днів (6 ночей) з використанням методу фактичної собівартості - собівартість тур- продукту складається із фактичних прямих затрат і загальновиробничих затрат, затрати включаються в собівартість за тарифами без ПДВ. Кількість учасників групи 15 осіб та керівник . Прибуток від заданого туру складає 30% від собівартості.

Калькуляцію оформляти у вигляді таблиці.

Таблиця 1.

Калькуляція туру «« Намисто Славутича» » турфіми «ООО»

| № з/п | Калькуляційна стаття | Показники | | |
|----------|--|-----------|-------------------------|----------|
| | | Кількість | Ціна, грн | Вартість |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Страховка | | 200 | |
| 2. | Візи | | | |
| 3. | Транспорт | | 3200 | |
| 4. | Проживання | | | |
| | Готель «Пролісок» | | 800 грн, номери доба | |
| 5. | Харчування | | 450 грн./доба | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. | Екскурсійне обслуговування | | 8000 | |
| 7 | Атракції | | 8000 | |
| | Разом прямих витрат | | | |
| 7. | Загальновиробничі витрати | | | 2000 |
| 8 | Витрати на рекламу | | 2000 | |
| 9 | Виробнича собівартість | | | |
| 10 | Прибуток (націнка) | 30% | | |
| 10. | Вартість обслуговування групи | | | |
| 11. | Ціна одного ваучера без ПДВ | | | |
| 12. | ПДВ | 20% | | |
| 13. | Ціна продажу одного ваучера з ПДВ | | | |

Кінцева ціна туру формується наступним чином:

$$Ц_{\text{кін}} = С * Н_{\text{пр}} + \Phi_{\text{ком}},$$

де $Ц_{\text{кін}}$ – кінцева ціна реалізації туру;

$С$ – собівартість туру;

$Н_{\text{пр}}$ – норма прибутку (відсоток націнки);

$\Phi_{\text{ком}}$ – фіксована комісія туристичним агентам (10%) .

Критерії та порядок оцінювання якості підготовки бакалавра

На основі відповідей встановлюється підсумкова оцінка, яка складається із сумарної оцінки за виконання усіх завдань і переводиться у національну за шкалою «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» (При потребі оцінки за національною шкалою переводяться в систему оцінювання за Європейською кредитно-трансферною системою (ЄКТС) за шкалою «А», «В», «С», «D», «E», «FX», «F»). Оцінювання рівня якості підготовки бакалавра за напрямом підготовки 242 «Туризм» здійснюють члени Державної екзаменаційної комісії (ДЕК) на основі «Положення про екзамени і заліки в НУБіП України»

Шкала оцінювання: національна та ECTS

| Оцінка національна | Рейтинг здобувача вищої освіти, бали |
|---------------------------|---|
| Відмінно | 90-100 |
| Добре | 74-89 |
| Задовільно | 60-73 |
| Незадовільно | 0-59 |

Рішення щодо присвоєння кваліфікації «бакалавр» Державна екзаменаційна комісія приймає за умови отримання студентом позитивної оцінки, як за тести, так і за виконання комплексного кваліфікаційного завдання. У разі отримання студентом незадовільної оцінки хоча б із однієї складової, комплексний державний екзамен оцінюється «незадовільно».