

Тема 2. Характеристика работы туроператора на туристическом рынке

Цель – изучить основные тенденции работы белорусских и иностранных туроператоров.

Задачи:

- дать краткую характеристику деятельности белорусских и иностранных туроператоров;
- изучить основные тенденции работы белорусских и иностранных туроператоров.

Вопросы:

1. Основные тенденции работы белорусских и иностранных туроператоров.
2. Управление бизнесом туроператоров на национальном и международном уровнях.

Контрольные вопросы

1. Расскажите, какова роль и место туроператора на рынке туристических услуг.
2. Расскажите о функциях туроператоров.
3. Приведите классификацию туроператоров.
4. Дайте характеристику деятельности международных и белорусских туроператоров.
5. Расскажите, каковы основные тенденции работы белорусских и иностранных туроператоров.
6. Расскажите о терминологии и аббревиатурах, принятых в практике международного туризма.
7. Расскажите, какова нормативно-правовая база, регулирующая сферу туризма в Республике Беларусь.

Примерная тематика реферативных работ

1. Основные направления въездного, внутреннего и выездного туризма.
2. Нормативно-правовая база, регулирующая сферу туризма в Республике Беларусь
3. Основные положения Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2016/2020 годы.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.
3. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

Тема 3. Тур – основной продукт деятельности туроператора

Цель – изучить понятие тура как основного продукта деятельности туроператора.

Задачи:

- рассмотреть понятия «туристическая услуга», «туристический продукт», «тур»;
- изучить требования к формированию туров.

Вопросы:

1. Турпакет как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета.
2. Требования к формированию туров, национальные и международные стандарты.
3. Основные этапы формирования тура и их краткая характеристика.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение понятия «туристическая услуга». Основные и дополнительные услуги.
2. Дайте определение понятия «туристический продукт». Структура и особенности туристического продукта.
3. Дайте определение понятия «тур». Приведите классификацию туров.
4. Расскажите, каковы требования к формированию туров, национальные и международные стандарты.
5. Расскажите, каковы основные этапы формирования тура.
6. Дайте краткую характеристику основных этапов формирования туров.

Примерная тематика реферативных работ

1. Фазы жизненного цикла туристического продукта.
2. Особенности организации индивидуальных и групповых туров.
3. Туристические ресурсы Республики Беларусь.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Богданов, Е.И. Планирование на предприятии туризма: учебник / Е.И. Богданов, О.Н. Кострюкова, В.П. Орловская. – СПб: Бизнес–пресса, 2004.
3. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.
4. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.
5. Квартальнов, В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М: Финансы и статистика, 2007. – 336с.

Тема 4. Подготовительная работа туроператора

Цель – изучить подготовительную работу туроператора.

Задачи:

- рассмотреть понятия экспорта и импорта туристических услуг;
- изучить основные подходы к развитию туризма в регионах Республики Беларусь.

Вопросы:

1. Экспорт и импорт туристических услуг в Республике Беларусь.
2. Статистика и тенденции международных туристических прибытий.
3. Основные подходы к развитию туризма в регионах Республики Беларусь.

Контрольные вопросы

1. Раскройте понятия экспорта и импорта туристических услуг.
2. Проанализируйте экспорт и импорт туристических услуг в Республике Беларусь.
3. Расскажите о географии туристических миграций.
4. Проанализируйте статистику и тенденции международных туристических прибытий.
5. Проанализируйте туристско-рекреационный потенциал макро- и мезорегионов мира.
6. Проведите анализ туристско-рекреационного потенциала мезорегионов национального рынка.
7. Расскажите о региональных моделях развития туризма.
8. Расскажите о конкурирующих региональных моделях, предлагающих схожие комплексы туристических услуг.
9. Опишите основные подходы к развитию туризма в регионах Республики Беларусь.
10. Проанализируйте место туристического региона на рынке международного туризма.

Примерная тематика реферативных работ

1. Основные направления въездного, внутреннего и выездного туризма.
2. Туристические ресурсы Республики Беларусь.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.
3. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

Тема 5. Стратегии туроператоров на туристическом рынке

Цель – изучить стратегии туроператоров на туристическом рынке.

Задачи:

- рассмотреть понятия «стратегия», «стратегическое планирование»;
- изучить стадии разработки стратегии туристического предприятия.

Вопросы:

1. Черты стратегического планирования в туроперейтинге.
2. Стадии разработки стратегии туристического предприятия.
3. Ценовые стратегии туроператора.

Контрольные вопросы

1. Дайте определения понятий «стратегия», «стратегическое планирование».
2. Опишите черты стратегического планирования в туроперейтинге.
3. Охарактеризуйте стадии разработки стратегии туристического предприятия.
4. Приведите классификацию основных стратегий туроператоров.
5. Дайте краткую характеристику основных стратегий туроператоров.
6. Проанализируйте условия применения основных стратегий туроператоров.
7. Опишите ценовые стратегии туроператора.
8. Расскажите о концепции жизненного цикла тура как основы стратегии менеджмента туристического продукта.

Примерная тематика реферативных работ

1. Фазы жизненного цикла туристического продукта.
2. Тактика и особенности применения туроператором различных ценовых стратегий при формировании туров.
3. Особенности ценообразования в туризме.
4. Ценовые стратегии туроператоров.
5. Факторы, влияющие на цену тура, сформированного туроператором.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.
3. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

Тема 6. Исследование и анализ рынка и конкурентной среды

Цель – изучить вопросы исследования и анализа рынка и конкурентной среды.

Задачи:

- рассмотреть подходы к формированию замысла будущего тура;
- изучить вопросы сегментирования туристического рынка.

Вопросы:

1. Анализ и оценка внешней и внутренней среды туроператора.
2. Анализ рынка спроса, предпочтений и предложений.
3. Сегментирование туристического рынка: выбор целевого рынка, оценка потенциала сегмента рынка, анализ возможностей освоения выбранного сегмента рынка.

Контрольные вопросы

1. Расскажите об анализе и оценке внешней и внутренней среды туроператора.
2. Расскажите об анализе рынка спроса, предпочтений и предложений.
3. Расскажите, каким образом происходит выбор направления.
4. Расскажите, каким образом происходит выявление целевых рынков – основных, дополнительных, случайных.
5. Раскройте понятие сегментирования туристического рынка.
6. Расскажите, каким образом происходит выбор целевого рынка.
7. Расскажите, каким образом происходит оценка потенциала сегмента рынка.
8. Расскажите, каким образом происходит анализ возможностей освоения выбранного сегмента рынка.
9. Опишите процесс выявления рыночной ниши предприятия.
10. Расскажите о процессе определения конкурентов и возможного конкурентного преимущества нового турпродукта.
11. Охарактеризуйте подходы к формированию замысла будущего тура.

Примерная тематика реферативных работ

1. Сегментирование рынка по принципам туристических предпочтений.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.
3. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

Тема 7. Работа туроператоров с поставщиками туристических услуг

Цель – изучить работу туроператоров с поставщиками туристических услуг.

Задачи:

- рассмотреть особенности проведения переговоров с партнерами и поставщиками туристических услуг;
- изучить схемы работы туроператора по организации планируемого тура.

Вопросы:

1. Поставщики туристических услуг.
2. Идентификация поставщиков услуг, задействованных в формировании туристического продукта.
3. Психология деловых переговоров.

Контрольные вопросы

1. Расскажите о понятии поставщиков туристических услуг.
2. Опишите схемы работы туроператора по организации планируемого тура.
3. Расскажите, каким образом происходит идентификация поставщиков услуг, задействованных в формировании туристического продукта.
4. Проанализируйте особенности проведения переговоров с партнерами и поставщиками туристических услуг.
5. Расскажите о психологии проведения деловых переговоров.
6. Опишите национальные особенности переговорщиков.
7. Расскажите о принципах невербального общения в процессе ведения переговоров.

Примерная тематика реферативных работ

1. Взаимодействие туроператора в процессе деятельности по формированию туристического продукта.
2. Правила ведения деловых переговоров.
3. Психология деловых переговоров.
4. Способы сотрудничества туроператоров с поставщиками услуг.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.
3. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

Тема 8. Договорные отношения туроператоров с поставщиками туристических услуг

Цель – изучить договорные отношения туроператоров с поставщиками туристических услуг.

Задачи:

- рассмотреть взаимоотношения туроператоров с компаниями-поставщиками туристических услуг;
- изучить специфику заключения договоров с зарубежными партнерами.

Вопросы:

1. Портфель туроператора: виды договорных отношений, сущность и понятие договора, права, обязанности и ответственность сторон.
2. Специфика заключения договоров с зарубежными партнерами.
3. Организация сотрудничества с поставщиками туристических услуг.

Контрольные вопросы

1. Расскажите о сущности и понятии договора. Права, обязанности и ответственность сторон.
2. Опишите специфику заключения договоров с зарубежными партнерами.
3. Опишите схемы сотрудничества туроператоров с предприятиями гостиничной индустрии.
4. Расскажите, каким образом осуществляется организация сотрудничества туроператоров с авиакомпаниями.
5. Проанализируйте взаимоотношения туроператоров с железной дорогой.
6. Опишите способы взаимодействия туроператоров с автотранспортными предприятиями.
7. Охарактеризуйте схемы работы туроператоров с судовладельцами и круизными компаниями.
8. Расскажите, каким образом происходит взаимодействие туроператоров с экскурсионными бюро.
9. Опишите, как осуществляется организация сотрудничества туроператоров со страховыми компаниями.
10. Расскажите, как осуществляется предоставление туристам визовой поддержки.
11. Опишите, как осуществляется сотрудничество с посольствами и консульствами зарубежных стран.

Примерная тематика реферативных работ

1. Способы сотрудничества туроператоров с поставщиками услуг.
2. Виды договорных отношений туроператора, сущность и понятие договора, права и обязанности сторон.

3. Схемы сотрудничества туроператора с гостиничными предприятиями.

4. Способы сотрудничества туроператора с авиакомпанией.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.

2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.

3. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

Тема 10. Ценообразование туристического продукта

Цель – изучить ценообразование туристического продукта.

Задачи:

- рассмотреть факторы, влияющие на цену тура;
- изучить основные составляющие цены турпакета.

Вопросы:

1. Ценообразование в деятельности туроператора.
2. Основные составляющие цены турпакета.
3. Себестоимость тура, постоянные и переменные издержки туроператора.

Контрольные вопросы

1. Расскажите о процессе ценообразования в деятельности туроператора.
2. Дайте определение цены на комплекс туристических услуг.
3. Проанализируйте факторы, влияющие на цену тура.
4. Дайте определение понятия «рентабельность тура».
5. Перечислите основные составляющие цены турпакета.
6. Расскажите, каким образом формируется себестоимость тура.
7. Перечислите постоянные и переменные издержки туроператора.
8. Расскажите, каким образом осуществляется расчет нулевой рентабельности тура.
9. Опишите процесс расчета стоимости автотранспорта
10. Опишите процесс расчета стоимости авиатранспорта.
11. Проанализируйте тактику применения туроператором различных ценовых стратегий.
12. Расскажите, каким образом происходит формирование ассортимента туроператора.
13. Дайте определение понятия калькуляции тура.
14. Перечислите статьи калькуляции.

Задания для самостоятельной работы

Рассчитайте стоимость разработанного Вами тура.

Примерная тематика реферативных работ

1. Тактика и особенности применения туроператором различных ценовых стратегий при формировании туров.
2. Особенности ценообразования в туризме.
3. Ценовые стратегии туроператоров.
4. Факторы, влияющие на цену тура, сформированного туроператором.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.
3. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

Тема 11. Документальное обеспечение формирования туристического продукта

Цель – изучить документальное обеспечение формирования туристического продукта.

Задачи:

- этапы разработки технологической документации по туру;
- изучить документацию по туру, ее характеристику.

Вопросы:

1. Этапы разработки технологической документации по туру.
2. Документация по туру, ее характеристика.
3. Технологии автоматизации деятельности туроператора.

Контрольные вопросы

1. Дайте характеристику этапов разработки технологической документации по туру.
2. Опишите документацию по туру, дайте ее характеристику.
3. Расскажите о составляющих и правилах составления технологической карты туристического путешествия.
4. Опишите график загрузки туристического предприятия по маршруту и правила его составления.
5. Расскажите, об информационном листке к туристическому путешествию.
6. Охарактеризуйте документацию по работе с поставщиками.
7. Расскажите, какие документы регламентируют взаимоотношения туроператора и турагентов.
8. Расскажите, какие документы регламентируют взаимоотношения туроператора и туристов.
9. Охарактеризуйте технологии автоматизации деятельности туроператора.

Примерная тематика реферативных работ

1. Калькуляция тура, статьи калькуляции.
2. Технологическая документация по туру, ее характеристика и назначение.
3. Документы, регламентирующие взаимоотношения туроператоров и турагентов.
4. Документы, регламентирующие взаимоотношения туроператоров и туристов.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.

3. Ушаков, Д.С. Прикладной туropolерейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

Тема 12. Обеспечение качества туристического продукта

Цель – изучить вопросы обеспечения качества туристического продукта.

Задачи:

- рассмотреть факторы качества туристического продукта;
- изучить подходы к оценке качества работы туроператора.

Вопросы:

1. Критерии качества обслуживания туристов.
2. Методы контроля качества туристического обслуживания.
3. Роль кадров в достижении целей туроператора, работающего на маршрутах въездного, выездного и внутреннего туризма.

Контрольные вопросы

1. Проанализируйте факторы качества туристического продукта.
2. Опишите подходы к оценке качества работы туроператора.
3. Перечислите критерии качества обслуживания туристов.
4. Опишите методы контроля качества туристического обслуживания.
5. Проанализируйте роль кадров в достижении целей туроператора, работающего на маршрутах въездного туризма.
6. Проанализируйте роль кадров в достижении целей туроператора, работающего на маршрутах выездного туризма.
7. Проанализируйте роль кадров в достижении целей туроператора, работающего на маршрутах внутреннего туризма.
8. Расскажите о мотивации персонала по формированию туристического продукта туроператора.
9. Охарактеризуйте функции и основные задачи зарубежных представителей туроператора.
10. Расскажите, каким образом осуществляется управление конфликтами в туроперейтинге.
11. Охарактеризуйте подходы к оценке результатов деятельности туроператора.
12. Расскажите, каким образом осуществляется анализ результатов деятельности туроператора по внедрению нового туристического продукта.

Задания для самостоятельной работы

Проанализируйте потенциальную успешность разработанного Вами тура. Проведите SWOT-анализ Вашего тура.

Примерная тематика реферативных работ

1. Зарубежные представители туроператора: цели, функции и основные задачи.
2. Роль кадров в достижении целей туроператора, работающего на маршрутах въездного, выездного и внутреннего туризма.
3. Проблемы качества туристического продукта и способы его повышения.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: учеб.пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007. – 179с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002. – 256с.
3. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Москва, ИКЦ «МарТ», 2004 – 416 с.

