

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Технологія розробки і реалізації туристичного продукту»



Ступінь освіти	Бакалавр
Освітня програма	«Туризм»
Загальний обсяг	7,5 кредитів ЄКТС
Тривалість викладання	7-й семестр
Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень	225 годин 8/10 годин на тиждень
	2023-2024 н.р.
	лекції 4/6 годин
	практичні 2/4 години
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Туризму та економіки підприємства

Сторінка курсу в ДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4723>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти.

Онлайн-консультації: електронна пошта



Інформація про викладача:

Захарова Світлана Геннадіївна

Доцент кафедри туризму та економіки підприємства, кандидат економічних наук

Персональна сторінка

<https://ep.nmu.org.ua/ua/teachers/zaharova.php>

E-mail: zakharova.s.h@nmu.one

1. Анотація до курсу

Розробка і реалізація туристичного продукту — складний, багатоступінчастий процес, що вимагає комплексного, системного аналізу і здійснюється при виконанні низки умов: проведення маркетингового дослідження ринку для визначення потенційного споживчого попиту на різні види туристичного продукту; розгляд видів, форм, елементів туристичного продукту, аналіз реальних витрат на розробку і реалізацію передбачуваного до продажу туристичного продукту; оцінювання економічної ефективності й доцільності розробки туристичного продукту на основі даних про його передбачувані доходи і витрати. Дисципліна «Технологія розробки і реалізації туристичного продукту» вивчається на

четвертому році навчання бакалаврів ОП «Туризм» і має практичну зорієнтованість для використання набутих результатів навчання в подальшій професійній діяльності

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування у студентів знань про технологію та організаційні особливості туристичної діяльності, а саме: нормативну базу туристичної діяльності, технологію проектування та просування туристичного продукту, соціально-психологічні особливості сприйняття туристичного продукту.

2. Результати навчання:

- Знати принципи і методи організації обслуговування туристів в діяльності туристичних підприємств
- Вміти застосовувати базові технології обслуговування туристів
- Володіти методами і прийомами дослідження та прогнозування туристичного попиту та пропозиції, а також володіти поняттям життєвого циклу туристичного продукту
- Проектувати та просувати туристичний продукт із врахуванням поточної та перспективної ринкової кон'юнктури
- Розробляти та реалізовувати збутову стратегію туристичного підприємства для широкого кола туристичних продуктів
- Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися при розробці та проектуванні туристичного продукту
- Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу при розробці та реалізації туристичного продукту
- Організовувати та управляти діяльністю технологічних підсистем суб'єкта туристичного бізнесу
- Застосовувати набуті знання для обґрунтування управлінських рішень щодо конкурентної, збутової та цінової політик туристичного підприємства за різних практичних ситуацій

4. Структура курсу

Тема 1. Туристичний продукт: загальні положення 1.1 Поняття туристичного продукту 1.2 Особливості туристичного продукту 1.3 Життєвий цикл туристичного продукту
Тема 2. Сутність туристичної пропозиції 2.1 Цілі туристичної компанії 2.2 Технологія виробництва туристичного продукту 2.3 Часові параметри виробництва туристичного продукту 2.4 Витрати виробництва і пропозиція туристичного продукту 2.5 Еластичність туристичної пропозиції.
Тема 3. Етапи проектування туристичного продукту 3.1. Дослідження в туризмі. 3.2 Співвідношення запитів туристів із можливостями дестинації. 3.3. Розробка туристичного маршруту. 3.4. Правила складання програми перебування
Тема 4. Ринок туристичних послуг: основні поняття 4.1 Поняття рівноваги та механізм попиту-пропозиції 4.2 Зрушення точки ринкової рівноваги 4.3 Рівновага на туристичному ринку в динаміці 4.4 Туризм в контексті загальноекономічної рівноваги
Тема 5. Туристичний продукт деяких секторів ринку 5.1 Пропозиції та витрати авіаперевезень 5.2 Пропозиції та витрати круїзів

5.3 Пропозиції та витрати розміщення
5.4 Пропозиції та витрати туроператорського сектору
Тема 6. Потенціал світового ринку туристичних послуг
6.1 Еволюція ринкових технологій
6.2 Навколишнє середовище та його вплив на розвиток ринку туристичних послуг
6.3 Перспективи розвитку видів туристичної діяльності
6.4 Постачальники в туризмі: тенденції та прогнози
Тема 7 Роль персоналу туристичної компанії у просуванні туристичного продукту
7.1. Дизайн роботи персоналу
7.2. Підбір, мотивація, оцінювання персоналу.
7.3. Корпоративна культура туристичного підприємства.
7.4. Управління талантами
Тема 8. Система досліджень в туризмі
8.1 Суть, типи і напрямки досліджень в туризмі
8.2 Етапи та форми організації досліджень
8.3 Методи збору туристичної інформації
8.4 Дослідження ринку туристичних послуг
8.5 Дослідження конкурентів
8.6 Дослідження споживачів туристичних послуг
Тема 9. Сегментація ринку в туризмі та цінова політика туристичних підприємств
9.1 Поняття та методи сегментації ринку туристичних послуг
9.2 Сегментація туристичного ринку по декількох ознаках
9.3 Позиціонування туристичного продукту 51
9.4 Ціна в комплексі маркетингу туристичного підприємства
9.5 Фактори та цілі ціноутворення
9.6 Методи ціноутворення в туризмі
9.7 Вибір та реалізація цінової стратегії
Тема 10. Збутова стратегія туристичних підприємств
10.1 Формування збутової стратегії туристичними підприємствами
10.2 Канали збуту туристичного продукту
10.3 Вибір посередників та напрямки співпраці з ними
Тема 11. Комунікації та управління конфліктами при продажі туристичного продукту
11.1. Сутність керування конфліктами та їх діагностика.
11.2. Методи регулювання конфліктів в туристичній діяльності.
11.3. Моделі і стилі виходу з конфлікту.
11.4. Технології врегулювання конфліктів при реалізації туристичного продукту.
Тема 12. Управління туристичним продуктом
12.1 Брендінг туристичного продукту
12.2. Робота із контрагентами
12.3. Ключові фактори успіху туристичної компанії
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ
1. Туристичний продукт та його складові
2. Життєвий цикл туристичного продукту та його особливості. Прибутковість туристичного продукту.
3. Програма туру як основний вид туристичного продукту.
4. Визначення економічної ефективності туристичного продукту
5. Проектування туристичних послуг
6. Дослідження сильних та слабких сторін туристичного продукту

7. Управління збутом туристичного продукту
8. Договірна робота. Договір на надання туристичних послуг. Ваучер.
9. Кастомізація збутової діяльності туристичної компанії
10. Робота із конфліктами в збутовій діяльності туристичного підприємства.
11. Проектування та збут туристичного продукту: ситуаційні задачі

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На лекційних заняттях обов'язково мати з собою гаджети з можливістю підключення до Інтернету. Технічні засоби навчання. Дистанційна платформа Moodle.

6. Оцінювання результатів навчання

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка»», https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Regulations_on_evaluation_of_educational_results.pdf

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи (кожна максимально оцінюється у 30 балів), оцінок за виконання практичних робіт (40 балів). Отримані бали за контрольні роботи та практичні роботи додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне	Екзамен відбувається у формі письмової роботи, білети являють 25 тестових запитань, 5 відкритих запитань. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 2 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 10 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями.
--	--

поліпшити оцінку)	Максимальна кількість балів за залік: 100
Практичні заняття	Ситуаційні вправи, де відпрацьовуються навички індивідуальної та командної роботи. Розв'язання задач. Максимально оцінюються у 40 балів (8 занять×5 балів/заняття).
Контрольні роботи	Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять тести. Кожна максимально оцінюється у 30 балів.

6.3. Критерії оцінювання *письмової контрольної роботи*:

25 тестових завдань з чотирма варіантами відповідей, 1 правильна відповідь оцінюється у 2 бали.

Відкрите питання – 1 правильна відповідь оцінюється в 10 балів, причому:

10 балів – повна відповідність еталону, наведення прикладів з додаткової літератури

8-9 балів – відповідність еталону, припускаються незначні помилки в граматиці та/або орфографії.

6-7 балів – відповідь в цілому відповідає еталону із незначними зауваженнями, помилки в граматиці та/або орфографії,

4-5 балів – відповідність еталону із зауваженнями, помилки в структурі відповіді;

2-3 бали – зміст відповіді має стосунок до предмету запитання, проте не відповідає еталону, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

1 бал – наявність текстової відповіді, яка не відповідає еталону, та/або не має стосунку до предмету запитання, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

Критерії оцінювання ситуаційних вправ та задач доводяться викладачем до відома здобувачів вищої освіти перед початком кожного заняття у вигляді правил та умов отримання оцінки.

7. Політика курсу

7.1 Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», <http://surl.li/alvis> та Кодексом академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», <http://surl.li/alneb>. У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2 Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту. Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день (щодня) поштової скриньки на Офіс365 та відвідування групи у Telegram-каналі. Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедри туризму та економіки підприємства в соціальних мережах Facebook, Instagram. Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи. Здобувачу вищої освіти, чий стан здоров'я є незадовільним і може вплинути на здоров'я інших здобувачів вищої освіти, буде пропонуватися залишити заняття (така відсутність вважатиметься пропуском з причини хвороби). За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна академічна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно – в онлайн-формі, за погодженням з викладачем.

7.5 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.6 Бонуси

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

7.7 Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети кафедри туризму та економіки підприємства Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на Ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою Вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та урахувати Ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Технологія розробки і реалізації туристичного продукту».

8. Методи навчання

Застосовується пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, методи мозкового штурму, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання.

9. Рекомендовані джерела інформації

1. Байлик С.І.,Сегеда І.В. Технологія туристської діяльності. Конспект лекцій. Харків: ХНАМГ.2007.-139с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туризму: Навч. посібник /В. Ф. Кифяк. - Чернівці: Книги - XXI, 2011.-344 с.
3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. К.:Альтерпрес.2002.-436с.
4. Ващишин М. Правове регулювання туристичної діяльності: навч.- метод. посібник / М.Ващишин. – Л.: ПП Сорока Т.Б., 2014. – 168 с.
5. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: Навч. посібник для студ. внз / М. П. Мальська, В. В. Худо. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 424 с.
6. Матвієнко А.Т. Технологія та організація туристичної діяльності: Навч. посібник / А.Т. Матвієнко, В.Г. Цись. – К.: Кондор, 2015. – 120 с.

7. Методичні рекомендації для виконання практичних робіт з дисципліни «Технологія розробки і реалізації туристичного продукту» для студентів спеціальності 242 «Туризм» / Уклад.: М.В. Белобородова. – Д.: НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. – 56 с. [Електронний ресурс]
8. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни «Технологія розробки і реалізації туристичного продукту» для студентів спеціальності 242 «Туризм» / Уклад.: М.В. Белобородова. – Д.: НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. – 35 с. [Електронний ресурс]
9. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей: навч. Посібник. К.: нац.торг.- екон. Ун-т, 2011.
10. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Технологія розробки і реалізації туристичного продукту» для студентів спеціальності 242 «Туризм» / Уклад.: М.В. Белобородова. – Д.: НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. – 146 с. [Електронний ресурс]
11. Роглев Х.Й., Маркелов В.Л. Організація обслуговування в готельних комплексах (на прикладі готельного комплексу «Братислава»): Посібник./ За ред. канд.соц.наук, доц. КУТСП Мініч І.М.-К.: КУТСП, 2004.-163с.
12. Роїна О.М. Туристична діяльність. Нормативна база./ К.: КНТ, 2005.-448с.
13. Федорченко В.К., Мініч І.М., Туристський словник-довідник: Навчальний посібник.- К.: Дніпро, 2000.-160с.
14. UNWTO Tourism Definitions. UNWTO, Madrid, 2019 – 55 p. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
3. Технології індустрії гостинності для керівників – навчальний онлайн-курс академії національної туристичної організації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+TOUR101+2021_T1_8/about
4. Управління дестинаціями і роль ДМО – навчальний онлайн-курс академії національної туристичної організації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+TOUR101+2021_T1_9/about