



ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2023-2024

Команда викладачів:

Лектор: Чебанова Оксана Павлівна

Контакти: chebanova.op@kart.edu.ua Години прийому та

консультацій: 13.00-14.00 п'ятниця (лектор)

Туризм - сфера господарського комплексу, що забезпечує десяту частину світового валового продукту. Ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки може стати найбільш важливим сектором підприємницької діяльності.

Прогнози експертів Всесвітньої туристичної організації щодо розвитку туризму у світі повною мірою стосуються й України. Адже вона має надзвичайно вигідне географічне та геополітичне розташування, розвинену транспортну мережу, володіє значними природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами, населена працелюбним і гостинним народом. Забезпечити належну віддачу від цього потужного потенціалу, використати його в інтересах активного відпочинку та оздоровлення можна лише за умови чіткої організації туристичної діяльності, зміцнення існуючої та створення нової матеріально-технічної бази, залучення досвідчених і кваліфікованих кадрів, тобто за умови правильної організації та ефективного управління туризмом.

Курс має на меті сформувати та розвинути наступні компетентності студентів:

1. Ціннісно-смыслову компетентність (досягти високого рівня теоретичної підготовки, що полягає в засвоєнні головних понять, категорій, дій і процесів маркетингу);

2. Загальнокультурну компетентність (розуміння культурних, історичних та регіональних особливостей, що склалися в Україні та за її межами в області застосування та розвитку інструментів маркетингу);

3. Навчально-пізнавальну компетентність (знайомство з методикою та практикою роботи з основними групами громадськості та використанням різних інструментів комунікації)

4. Інформаційну компетентність (вивчати методи здійснення досліджень та збирання інформації службами маркетингу)

5. Комунікативну компетентність (оволодіння навичками практичної роботи в галузі застосування маркетингу, зокрема, проведення маркетингових досліджень, вивчення документальних джерел, проведення компаній у засобах масової інформації, використання спеціальних інструментів маркетингу);

6. Компетентність особистісного самовдосконалення (елементи фізичного, духовного й інтелектуального саморозвитку, емоційної саморегуляції та самопідтримки; підтримка постійної жаги до самовдосконалення та самопізнання, шляхом постійного пошуку нетрадиційних підходів до розвитку маркетингу).

Мета курсу

Вивчення дисципліни "Організація туристичної діяльності" базується на знаннях суміжних дисциплін: маркетинг, маркетингові дослідження, економічної теорії, макроекономіки, мікроекономіки, менеджменту, маркетингу в туризмі та ін.

Полягає у формуванні у студентів знання щодо роботи в умовах ринкових відносин, навчити їх вирішувати проблеми підвищення доходів туристичних підприємств маркетинговими засобами, вивчити особливості функціонування туристичного ринку, сформувати практичні вміння управляти діяльністю туристичних підприємств, надати можливість знаходити та реалізовувати управлінські рішення по впровадженню маркетингової діяльності в практику туристичних підприємств, закріпити практичні навички в роботі з клієнтами, конкурентами, складанні планів маркетингу, проведення маркетингових досліджень, розробці нових туристичних послуг, організації просування туристичних послуг на ринку.

Команда викладачів і наші колеги будуть готові надати будь-яку допомогу з деякими з найбільш складних аспектів курсу по електронній пошті, на форумі і особисто - у робочий час.

Організація навчання

Цей курс, який вивчається з вересня по грудень, дає студентам глибоке розуміння систематизації успішних прикладів реалізації продукції на ринку та практичні рекомендації з її просування.

Курс складається з однієї лекції на тиждень і одного практичного заняття раз у два тижні. Він супроводжується текстовим матеріалом, презентаціями та груповими завданнями. Студенти матимуть можливість застосовувати отримані знання та вирішувати практичні завдання протягом обговорень в аудиторії.

Практичні заняття з маркетингу можуть проводитися різними способами: семінари з теоретичних питань, практичні роботи з метою засвоєння окремих конкретних функцій маркетингу. Окремі практичні заняття повинні проводитися в активних формах (розгляд конкретних маркетингових ситуацій, проведення ділових і рольових ігор, "мозкові атаки").

Теми курсу



Організація туристичної діяльності / схема курсу

Поміркуй	Лекції	Виконай
	Запрошені лектори	
	Довідковий матеріал	
	Презентації	
	Обговорення в аудиторії	
	Групові завдання	
	Індивідуальні консультації	
	Іспит	

Практичні заняття курсу передбачають виконання завдань з робочого зошиту, а також групових проектів з розробки конкретних маркетингових заходів щодо просування продукції (групи від 3х до 5 осіб) та презентацію власних проектів в кінці курсу. Проект фіналізується презентацією. Виконання завдання супроводжується зануренням у суміжні дисципліни (мікроекономіка, макроекономіка, економіка підприємства, психологія, соціологія, маркетингові комунікації, менеджмент), що доповнюють теми, та формує у студента інформаційну та комунікативну компетентності.

Ресурси курсу

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (<http://kart.edu.ua>), включаючи навчальний план, лекційні матеріали, презентації, завдання та правила оцінювання курсу).

Додатковий матеріал та посилання на електронні ресурси доступні на сайті Університету у розділі «дистанційне навчання» поряд із питаннями, над якими необхідно поміркувати під час підготовки для обговорення в аудиторії. Необхідна підготовка повинна бути завершена до початку наступної лекції. На заняттях вам необхідно висловлювати власну думку з дискусійних питань курсу, бути готовими до творчих розв'язань ситуаційних вправ щодо застосування тих чи інших маркетингових інструментів, адже ми хочемо, щоб кожний студент розвивав власне бачення щодо використання на практиці маркетингу та міг обґрунтувати прийняття певних рішень.

Приклади питань для обговорення доступні на слайдах відповідних презентацій. Ось деякі з них:

- 1) Яке значення має ринок туристичних послуг в сучасному світі?
- 2) Які існують ефективні стратегії конкуренції? Які конкурентні стратегії використовують відомі виробники брендів?
- 3) Яким чином застосовуються принципи маркетингу на туристичних підприємствах? Які ефективні стратегії розвитку можна запропонувати туристичним компаніям для подальшого розвитку галузі?

Додаткові матеріали курсу:

https://stud.com.ua/170606/marketing/marketing_v_galuzyah_i_sferah_diyalnosti

http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/marketing.pdf

<http://mmlib.net/knigi/marketing/kniga-9/>

https://stud.com.ua/170665/marketing/marketing_transportnih_poslug

<https://stud.com.ua/49411/marketing/marketing>

Кейси та завдання з маркетингу:

https://stud.com.ua/47717/marketing/keys_analiz_strategiy_kompaniy_svitovomu_rinku_transpor_tnih_poslug

Лекції та практичні заняття

Список основних лекцій курсу наведений нижче. Пильнуйте за змінами у розкладі.

Денна форма навчання:

Тиждень	Кількість годин	Тема лекції	Кількість годин	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
1	2	Лекц.№1. Туризм як вид господарської діяльності.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалів лекції
2	2	Лекц.№2. Історія міжнародного та вітчизняного туризму.		
3	2	Лекц.№3. Умови та принципи діяльності підприємств на туристичному ринку, формування ними географії подорожей.	2	ПР-2 Опрацювання матеріалів лекції
4	2	Лекц.№4. Технологія організації туристичних подорожей та обслуговування клієнтів.		
5	2	Лекц.№5. Технологія організації туристичних подорожей та обслуговування клієнтів.	2	ПР-3 Опрацювання матеріалів лекції
6	2	Лекц.№6. Організація і технологія процесів виробництва та реалізації туристичних послуг.		

7	2	Лекц.№7. Організація і технологія процесів виробництва та реалізації туристичних послуг.	2	ПР-4 Опрацювання матеріалів лекції
Модульний контроль знань				
8	2	Лекц.№8. Технологія організації та умови здійснення туристичних подорожей. Туристичні формальності.	2	ПР-5 Опрацювання матеріалів лекції
9	2	Лекц.№9. Технологія організації та умови здійснення туристичних подорожей. Туристичні формальності.		
10	2	Лекц.№10. Особливості організації окремих видів туризму.	2	ПР-6 Опрацювання матеріалів лекції
11	2	Лекц.№11. Міжнародний туризм та його розвиток.		
12	2	Лекц.№12. Інтеграційні процеси в управлінні підприємствами і організаціями	2	ПР-7 Опрацювання матеріалів лекції
13	2	Лекц.№13. Взаємодія туристських підприємств з постачальниками послуг		
14	2	Лекц.№14. Взаємодія туристських підприємств з постачальниками послуг	2	ПР-8 Опрацювання матеріалів лекції
Модульний контроль знань				
15		Лекц.№15. Формування анімаційних програм відпочинку..		

Заочна форма здобуття освіти

Кількість годин	Тема лекції	Кількість годин	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
2	Лекц.№1. Туризм як вид господарської діяльності.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 1
2	Лекц.№2. Історія міжнародного та вітчизняного туризму.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 2
2	Лекц.№3. Умови та принципи діяльності підприємств на туристичному ринку, формування ними географії подорожей.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 3
2	Лекц.№4. Технологія організації туристичних подорожей та обслуговування клієнтів.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 4
2	Лекц.№5. Технологія організації туристичних подорожей та обслуговування клієнтів.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 5
2	Лекц.№6. Інтеграційні процеси в управлінні підприємствами і організаціями	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 6
2	Лекц.№7. Взаємодія туристських підприємств з постачальниками послуг	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу Лекцій №7

Вимоги викладача

- Вивчення навчальної дисципліни «Організація туристичної діяльності» передбачає:
- виконання завдань згідно з навчальним планом (індивідуальні завдання, самостійна робота тощо);
 - підготовки до практичних занять;

– роботи з інформаційними джерелами.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з програмою навчальної дисципліни, питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення методичного матеріалу.

Рішення практичних завдань повинно як за формою, так і за змістом відповідати вимогам (мати всі необхідні складові), що висувуються до вирішення відповідного завдання, свідчити про його самостійність (демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи), відсутність ознак повторюваності та плагіату.

На практичних заняттях присутність здобувачів вищої освіти є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Це ж стосується й студентів, які не виконали завдання або показали відсутність знань з основних питань теми. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, бути зваженим, уважним та дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Правила оцінювання

При заповненні заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки (індивідуального навчального плану) студента, оцінка, виставлена за 100-бальною шкалою, повинна бути переведена до державної шкали (5, 4, 3,) та шкали ECTS (A, B, C, D, E)

Визначення назви за державною шкалою(оцінка)	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100 бальною шкалою	ECTS оцінка
ВІДМІННО – 5	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ – 4	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	Задовільно - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E
НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим як отримати залік або екзамен (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX
	Незадовільно - необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення модуля)	<35	F

Завдання на самостійну роботу:

- Студентам пропонується обрати один з **8 варіантів тем для створення власного проекту** впродовж семестру. За вчасне та вірне виконання завдання нараховується **20 балів до поточного модульного контролю**. За вчасне та частково вірне виконання – від 15 до 25 балів. За невиконане завдання бали не нараховуються. Необхідний обсяг виконання завдання складає 50% на перший модульний контроль і 100% на другий модульний контроль. Перебіг поточного виконання завдання та питання для обговорення надсилаються на e-mail викладача або перевіряються ним особисто.
- Студенти мають прорецензувати одну роботу іншого студента або групи впродовж семестру очно та висловити свої критичні зауваження.

	Теми проектів
1	Конкурентноздатність туристичних послуг
2	Процес маркетингового дослідження. Вторинна і первинна інформація.
3	Поняття й особливості якості туристичного обслуговування
4	Сутність і складові системи маркетингових комунікацій.
5	Сутність поняття «додаткова послуга» і його особливості в області пасажирських перевезень.
6	Ефективність використання реклами в туристичній галузі
7	Просування туристичних послуг. Розробка рекламного звернення
8	Організація маркетингової діяльності в туристичних компаніях

Відвідування лекцій:

Бали за цю складову нараховуються взагалі, якщо студент не відвідував більш 50% лекційних занять у модулі без поважних причин. За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. **Максимальна сума становить 15 балів.**

Ступінь залученості:

Мета участі в курсі – залучити вас до дискусії, розширити можливості навчання для себе та своїх однолітків та дати вам ще один спосіб перевірити свої погляди на питання застосування маркетингу. Участь буде оцінюватися на основі кількості та вірності ваших відповідей. Питання, хоча й заохочуються, однак не оцінюються в цьому блоці. Ми намагаємося надати всім студентам рівні та справедливі можливості для підвищення власною залученості. **Максимальна сума становить 10 балів.**

Практичні заняття:

Оцінюються за відвідуваннями (до 3 балів), ступенем залученості (до 7 балів) та стислою презентацією виконаного завдання (до 5 балів). Ступінь залученості визначається участю у дискусіях по вирішенню кейсів та рішенню задач. **Максимальна сума становить 15 балів.**

Якщо студент пропустив практичне заняття для отримання балів за нього він повинен самостійно відпрацювати матеріал, що розглядався на занятті; виконати індивідуальне завдання – підготовка доповіді (Додаток 1) відповідно до теми календарного плану. Доповідь оцінюється максимально до **5 балів.**

Модульне тестування:

Оцінюються за вірними відповідями на тестові модульні питання (20 питань в тесті, кожна вірна відповідь оцінюється в 2 бали). **Максимальна кількість становить 40 балів за модуль.**

Іспит:

- Студент отримує оцінку іспиту за результатами модульного 1-го та 2-го контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент становить 100 (до 60 балів поточного контролю та до 40 балів тестування). Середнє арифметичне суми модульних оцінок складає заліковий бал. Якщо студент не погоджується із запропонованими балами він може підвищити їх на іспиті, відповівши на питання викладача (Додаток 1).

Програмні результати навчання:

Таблиця – Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання дисципліни «Організація туристичної діяльності»

Результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері транспортної діяльності, аналізувати її результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності	Виконання студентами індивідуального завдання щодо обґрунтування реалізації плану маркетингу як для підприємства комерційної сфери, так і залізничного транспорту	Поточне оцінювання під час практичних занять
Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	Проблемний виклад матеріалу щодо застосування маркетингових інструментів, самостійна робота з науковими джерелами, вміння самостійно шукати, аналізувати, структурувати та відбирати потрібну інформацію в сфері маркетингу	Поточне оцінювання під час практичних занять
Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними	Виконання студентами індивідуального творчого завдання щодо обґрунтування застосування тих чи інших методів маркетингу	Перевірка ІНДЗ
Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм	Здатність розробляти ефективну маркетингову стратегію та рекламну кампанію як для підприємства комерційної сфери, так і залізничного транспорту	Оцінювання під час групової роботи на семінарських заняттях

Команда викладачів:

Type something...

Посилання на всі ресурси та джерела (наприклад, у звітах, самостійних роботах чи презентаціях) повинні бути чітко визначені та оформлені належним чином. У разі спільної роботи з іншими студентами над виконанням індивідуальних завдань, ви повинні зазначити ступінь їх залучення до роботи.

Інтеграція студентів із обмеженими можливостями

Вища освіта є провідним чинником підвищення соціального статусу, досягнення духовної, матеріальної незалежності і соціалізації молоді з обмеженими функціональними можливостями й відображає стан розвитку демократичних процесів і гуманізації суспільства.

Для інтеграції студентів із обмеженими можливостями в освітній процес Українського державного університету залізничного транспорту створена система дистанційного навчання на основі сучасних педагогічних, інформаційних, телекомунікаційних технологій.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання з цього курсу можна знайти за посиланням: <http://do.kart.edu.ua/>