

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор

\_\_\_\_\_  
“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2017 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

## **Туроперейтинг**

Напрямок 6.140103 «Туризм»

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2017/ 2018 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

«28» серпня 2017 року, протокол №1

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Подлепіна П.О., доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Програму схвалено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Протокол від «28» серпня 2017 року № 1

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

\_\_\_\_\_ Парфіненко А.Ю.  
(підпис)

Програму погоджено методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від «28» серпня 2017 року №1

Голова методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

\_\_\_\_\_ Григорова-Беренда Л.І.  
(підпис)

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Туроперейтинг» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра напряму 6.140103 «Туризм»

### 1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування системи теоретичних знань та прикладних вмінь і навичок щодо методологічного апарату технології туроперейтингу для вирішення конкретних економічних завдань, що виникають у сфері туристичної індустрії при розробці або просуванні нового тур продукту, заснуванні власного туристичного бізнесу, управлінні туристичними підприємствами або використанні послуг, що вони надають

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів фаху з питань:

- формування пакетних та індивідуальних програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації, (регіону, району, країни);
- формування взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку, нормативно-правове забезпечення співпраці;
- моделювання програм туристичного обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристичних атракцій;
- визначення мотивації подорожей та удосконалення процесів надання туристичних та паратуристичних послуг в пакетних турах, тощо.

1.3. Кількість кредитів – 3.

1.4. Загальна кількість годин – 108.

| 1.5. Характеристика навчальної дисципліни |                                     |
|-------------------------------------------|-------------------------------------|
| Нормативна                                |                                     |
| Денна форма навчання                      | Заочна (дистанційна) форма навчання |
| Рік підготовки                            |                                     |
| 4-й                                       | 4-й                                 |
| Семестр                                   |                                     |
| 7 та 8-й                                  | 7 та 8-й                            |
| Лекції                                    |                                     |
| 44 год.                                   | 26 год.                             |
| Практичні, семінарські заняття            |                                     |
| 22 год.                                   | -                                   |
| Лабораторні заняття                       |                                     |
| -                                         | -                                   |
| Самостійна робота                         |                                     |
| 42 год.                                   | 82 год.                             |
| Індивідуальні завдання                    |                                     |
| 12 год.                                   |                                     |

1.6. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

- застосовувати теоретичні знання для аналізу та прогнозування тенденцій розвитку світового туристичного ринку, пропозиції та попиту на туристичні послуги;
- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;
- розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії, забезпечення їх нормативно-правовою базою;
- правила та порядок оформлення туристичних документів, виконання туристичних формальностей;
- набуття професійних знань щодо технології та організації туристичних подорожей; страхування в туризмі; оформлення різних видів туристичних документів; визначення прав і обов'язків туристів, умов забезпечення й виконання претензійної роботи в туризмі; параметрів створення турпродукту підприємства, форм активізації туристичної активності, умов бронювання туристичного обслуговування; організації обліку і контролю надання послуг,

оформлення туристичної звітності; визначення та забезпечення безпеки туристичних подорожей.

## **2. Тематичний план навчальної дисципліни**

### ***Розділ 1. Технологія туроперейтингу та турпроекування***

#### ***Тема 1. Теоретичні основи туроперейтингу***

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора. Основні функції туроператорської діяльності. Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів. Основні функції туроператорів. Середовище функціонування туроперейтингу. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Структура та геопросторова організація туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Сучасні тенденції розвитку туроперейтингу.

#### ***Тема 2. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі***

Нормативно-правові вимоги організації туроператорського та турагентського бізнесу. Регуляторні вимоги щодо організації туроператорського та турагентського бізнесу. Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи і підрозділів. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод. Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів. Основні функції турагентів. Роль турагентств в турбізнесі. Види ринкових каналів просування туристичного продукту. Формування збутової мережі туроператорів.

#### ***Тема 3. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту***

Зміст робіт з туристичного проектування. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора. Етапи розробки туру. Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку. Визначення портрету споживача й потреб туристів. Стадії планування туристичного пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Принципи вибору місць прийому. Послідовність робіт стосовно вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення, засоби розміщення, тривалість туру. Перелік технологічної документації при формуванні турів. Калькулювання вартості туру.

#### *Тема 4. Правила формування програм перебування туристів*

Характеристика термінів: "програмне обслуговування в туризмі", "програма перебування туристів". Елементи програми туристичного обслуговування. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів. Види програмних заходів та їх характеристика. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Програма туристичного обслуговування. Правила розробки програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна, спортивна, освітня, ділова та інші. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування.

#### *Тема 5. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві*

Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців. Форми та стилі обслуговування клієнтів. Культура обслуговування

та основні правила прийому клієнтів. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.

## ***Розділ 2. Прикладний туropolерейтинг***

### ***Тема 6. Рецептивний туropolерейтинг***

Поняття та зміст рецептивного туropolерейтингу. Ресурси рецептивного туropolерейтингу. Туристичні ресурси рецептивного туropolейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туropolейтингу. Види туризму рецептивного українського туropolейтингу. Диференціація пропозицій рецептивних туropolераторів. Формування взаємовідносин з продуцентами (готельними підприємствами, авіаційними, залізничними, круїзними, екскурсійними компаніями та ін.) туристичних послуг. Форми співпраці рецептивних туropolераторів з продуцентами туристичних послуг. Формування каталогу пропозицій рецептивного туropolератора. Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів. Брендування, просування та організація збуту продукту туropolератора

### ***Тема 7. Ініціативний туropolерейтинг***

Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Етапи дослідження: 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. Формування каталогу

пропозицій ініціативного туроператора. Бонусні програми туроператорів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами

#### *Тема 8. Організація туристичних подорожей туроператором*

Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.). Типова форму (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін. Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Наземне обслуговування. Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Види та форми розрахунків за туробслуговування. Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг. Якісна характеристика пакетного туру та параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг.

### 3. Структура навчальної дисципліни

| Назви розділів і тем                                                              | Кількість годин |              |    |      |      |       |              |              |    |      |      |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|----|------|------|-------|--------------|--------------|----|------|------|-------|
|                                                                                   | денна форма     |              |    |      |      |       | заочна форма |              |    |      |      |       |
|                                                                                   | усього          | у тому числі |    |      |      |       | усього       | у тому числі |    |      |      |       |
|                                                                                   |                 | л            | п  | лаб. | інд. | с. р. |              | л            | п  | лаб. | інд. | с. р. |
| 1                                                                                 | 2               | 3            | 4  | 5    | 6    | 7     | 8            | 9            | 10 | 11   | 12   | 13    |
| <b>Розділ 1. Технологія туроперейтингу та турпроектування</b>                     |                 |              |    |      |      |       |              |              |    |      |      |       |
| Тема 1. Теоретичні основи туроперейтингу                                          | 13              | 8            | 3  |      |      | 2     | 13           | 6            |    |      |      | 7     |
| Тема 2. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі                              | 12              | 6            | 4  |      |      | 2     | 11           | 4            |    |      |      | 7     |
| Тема 3. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту | 10              | 6            | 2  |      |      | 2     | 10           |              |    |      |      | 10    |
| Тема 4. Правила формування програм перебування туристів                           | 8               | 4            | 2  |      |      | 2     | 10           |              |    |      |      | 10    |
| Тема 5. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві              | 6               | 2            | 2  |      |      | 2     | 10           | 4            |    |      |      | 6     |
| Підготовка до поточного тестового контролю 1                                      | 5               |              |    |      |      | 5     |              |              |    |      |      |       |
| Разом за розділом 1                                                               | 54              | 26           | 13 |      |      | 15    | 54           | 14           |    |      |      | 40    |
| <b>Розділ 2. Прикладний туроперейтинг</b>                                         |                 |              |    |      |      |       |              |              |    |      |      |       |
| Тема 6. Рецептивний                                                               | 12              | 6            | 3  |      |      | 3     | 18           | 4            |    |      |      | 14    |

|                                                         |     |    |    |  |  |    |     |    |  |  |  |    |
|---------------------------------------------------------|-----|----|----|--|--|----|-----|----|--|--|--|----|
| туроперейтинг                                           |     |    |    |  |  |    |     |    |  |  |  |    |
| Тема 7. Ініціативний туроперейтинг                      | 9   | 4  | 2  |  |  | 3  | 18  | 4  |  |  |  | 14 |
| Тема 8. Організація туристичних подорожей туроператором | 16  | 8  | 4  |  |  | 4  | 18  | 4  |  |  |  | 14 |
| Підготовка до поточного тестового контролю 2            | 5   |    |    |  |  | 5  |     |    |  |  |  |    |
| Контрольна робота, що проводиться під час СРС           | 12  |    |    |  |  | 12 |     |    |  |  |  |    |
| Разом за розділом 2                                     | 54  | 18 | 9  |  |  | 27 | 54  | 12 |  |  |  | 42 |
| <b>Усього годин</b>                                     | 108 | 44 | 22 |  |  | 42 | 108 | 26 |  |  |  | 82 |

#### 4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

| № з/п | Назва теми                                                                | Кількість годин |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1     | Теоретичні основи туropolерейтингу                                        | 3               |
| 2     | Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі                            | 3               |
| 3     | Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту | 2               |
| 4     | Правила формування програм перебування туристів                           | 2               |
| 5     | Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві              | 3               |
| 6     | Рецептивний туropolерейтинг                                               | 3               |
| 7     | Ініціативний туropolерейтинг                                              | 2               |
| 8     | Організація туристичних подорожей туropolератором                         | 4               |
|       | Разом                                                                     | 22              |

#### 5. Завдання для самостійної роботи

| № з/п | Види, зміст самостійної роботи                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Кількість годин |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1     | <p><u>Тема 1. Теоретичні основи туropolерейтингу:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виявити особливості організації туризму в основних макрорегіонах;</li> <li>- проаналізувати середовище функціонування туropolерейтингу та виявити зовнішні та внутрішні чинники розвитку туropolераторів в Україні;</li> <li>- систематизувати та порівняти діяльність головних суб'єктів туристичного ринку відповідно до діючого законодавства</li> <li>- виявити сучасні тенденції розвитку туropolерейтингу;</li> <li>- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань</li> </ul>                                                             | 2               |
| 2     | <p><u>Тема 2. Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- за допомогою табличного методу проаналізувати нормативно-правову базу функціонування туropolерейтингу в Україні;</li> <li>- виявити типову організаційну структуру туropolератора: взаємозв'язок роботи і підрозділів;</li> <li>- на основі аналізу нормативної бази функціонування виконати порівняльну характеристику туropolератора та тур агента;</li> <li>- схематично зобразити збутову мережу туropolератора та дати стислу характеристику кожної ланки;</li> <li>- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань;</li> </ul> | 2               |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 3  | <u>Тема 3. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту:</u><br>- виявити фактори, які впливають на вибір географії подорожей;<br>- проаналізувати процес сегментування туристичного ринку за основними ознаками;<br>- навести приклади портрету споживача;<br>- сформувати моделі пакетів турів відповідно до різних мотивацій подорожей;<br>- охарактеризувати складові вартості туру;<br>- підготуватися до усного опитування та роботи в групах за вказаними питаннями                                                           | 2 |
| 4  | <u>Тема 4. Правила формування програм перебування туристів:</u><br>- виявити фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів;<br>- опрацювати технологічні документи і вивчити правила їх оформлення;<br>- розробити різні види програм перебування туристів в Україні (рекреаційна, курортна, пізнавальна, спортивна, освітня, ділова та інші.);<br>- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань                                                                                      | 2 |
| 5. | <u>Тема 5. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві:</u><br>- виявити шкалу потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів та основні фактори, що впливають на поведінку покупців;<br>- проаналізувати категорія «культура обслуговування» та «професійна етика»; розробити основні правила прийому клієнтів;<br>- навести приклади банку даних постійних клієнтів туристичної фірми та виявити особливості його формування;<br>- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань | 2 |
| 6  | Підготуватися до поточного тестового контролю 1.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 5 |
| 7  | <u>Тема 6. Рецептивний туropolерейтинг:</u><br>- проаналізувати туристичні ресурси рецептивного туropolерейтингу в Україні та розробити рекомендації щодо формування турів відповідно до результатів аналізу;<br>- на основі реферування літератури та аналізу спеціалізованих сайтів розробити рейтинг туристичних дестинацій, які користуються найбільшою популярністю у                                                                                                                                                                                        | 3 |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |    |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|     | іноземних туристів;<br>- розробити та презентувати перспективний тур для активізації в'їзного туризму;<br>- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |
| 8.  | <u>Тема 7. Ініціативний туropolерейтинг:</u><br>- оцінити туристичний ринок країни-партнера (на прикладі будь-якої країни світу);<br>- виявити особливості формування каталогу пропозицій ініціативного туropolератора;<br>- знайти вдалі прикладі брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туropolератора;<br>- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань                                                                                               | 3  |
| 9.  | <u>Тема 8. Організація туристичних подорожей туropolератором:</u><br>- проаналізувати особливості організації взаємовідносин між продуцентами туристичних послуг та туropolераторами (залізничні та екскурсійні підприємства тощо);<br>- охарактеризувати процедуру бронювання пакетних турів та правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування;<br>- виявити види та форми розрахунків за тур обслуговування;<br>- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань | 4  |
| 10. | Підготуватися до поточного тестового контролю 2.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 5  |
| 11. | Виконати контрольну роботу, що проводиться під час СРС та підготуватися до публічного її обговорення або індивідуальної бесіди щодо її змісту                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 12 |
|     | Разом                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 42 |

## 6. Індивідуальні завдання

Індивідуальне навчально-дослідне завдання студента є видом позааудиторної самостійної роботи студента навчального чи навчально-дослідницького характеру, яке виконується в процесі вивчення програмного матеріалу навчального курсу і завершується разом із складанням підсумкового іспиту чи заліку із даної навчальної дисципліни. Метою такого виду роботи виступає самостійне вивчення частини програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчального курсу та розвиток навичок самостійної роботи.

Індивідуальні завдання з дисципліни сприяють більш поглибленому вивченню студентом теоретичного матеріалу, формуванню вмінь використання знань для вирішення відповідних практичних завдань.

Для покращення підготовки майбутнього спеціаліста, поглиблення запропонованого під час лекцій матеріалу застосовуються такі види індивідуальних завдань як реферати, аналітичні огляди тощо.

Контрольна робота є складовою навчального процесу, активною формою самостійної роботи студентів, і представляє собою закінчене дослідження певного напрямку. Кожен з студентів отримує індивідуальне завдання, що сприяє:

- поглибленому вивченню теоретичного матеріалу;
- формуванню вмінь використання методів аналізу та оцінки факторів, що визначають розвиток туropolерейтингу;
- залученню студентів до самостійної роботи з науковою літературою конкретного спрямування та розвитку навиків глибокого вивчення, узагальнення та систематизації підібраного матеріалу;
- розвитку здібностей до формулювання авторських висновків та пропозицій на основі проведеного дослідження.

Контрольна робота виконується студентом самостійно і здається у встановлений кафедрою термін.

Передумовами виконання індивідуального завдання слугують:

- систематичне відвідування лекцій,
- активна участь в роботі на семінарських заняттях,
- творча ініціатива,
- відповідальність та організованість студента.

Успішне виконання контрольної роботи виступає формою проведення підсумкового контролю з дисципліни.

Якісно проведені дослідження можуть виступати основою для написання дипломних робіт.

Вибір теми дослідження є відповідальним етапом для початкового науковця. Невдало вибрана тема може спричинити проблеми в процесі підготовки та написання роботи.

Для своєї наукової роботи студент може обирати тему самостійно, попередньо узгодивши її з лектором. Студент також може скористатися рекомендованим переліком тем з дисципліни «Туроперейтинг».

Теми для написання контрольної роботи:

1. Особливості розробки турів (на прикладі певного виду туризму)
  2. Візові формальності у роботі туроператора
  3. Сучасний стан, проблеми та перспективи туроперейтингу в Україні
  4. Сучасний стан, проблеми та перспективи туроперейтингу в Харківській області
  5. Диференціація туристичних програм обслуговування
  6. Обґрунтування пропозиції турів по Україні групам туристів з різними віковими, соціально-економічними та поведінковими характеристиками
  7. Аналіз нових пропозицій на туристичному ринку України
  8. Вплив відміни ліцензування турагентської діяльності на розвиток туристичного ринку в Україні.
  9. Закордонний досвід регулювання тур операторської та тур агентської діяльності
  10. Розробка туру для визначеного контингенту туристів
  11. Розробка креативних екскурсій по Харківській області
  12. Використання брендів та брендингу в сучасному туроперейтингу
  13. Управління конфліктами туроперейтингу
  14. Організація забезпечення безпеки туристів на маршрутах туроперейтинга
  15. Система забезпечення якості обслуговування туристів на маршрутах туроперейтинга
  16. Програмний і анімаційний підходи туроператора до розробки програми обслуговування
  17. Стратегічний підхід до організації обслуговування туристів
  18. Виставкова діяльність туроператора
  19. Каталог туроператора як основний носій інформації в системі просування турпродукта
  20. Рекламна компанія туроператора
  21. Нерекламні методи просування турпродукта. Стимулювання продажів.
- Робота виконується українською або російською мовами. Загальний обсяг роботи не повинен перевищувати 25 сторінок.

Контрольна робота повинна містити наступні обов'язкові складові:

- Титульний лист;
- Зміст;
- Вступ;
- Основна частина;
- Висновки;
- Список використаних джерел;
- Додатки (при необхідності).

Всі частини контрольної роботи повинні бути пов'язані між собою (кожен наступний розділ є логічним продовженням попереднього).

Список використаних джерел - елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків. Обов'язковим є наведення списку використаних джерел інформації, кількість яких становить близько 20 найменувань.

Текст роботи друкується за допомогою комп'ютера на стандартних білих аркушах паперу (формат А4). Друкування тексту одностороннє (на одній стороні аркушу) з використанням шрифтів текстового редактора Word (Times New Roman), колір – чорний, розмір – 14 пт, міжрядковий інтервал – полуторний, вирівнювання основного тексту – по ширині. Щільність тексту повинна бути однаковою. Текст дослідження необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів: з лівого боку - 30 мм, з правого - 15 мм, зверху - 20 мм, знизу - 20 мм, абзац – 1 мм. Не допускається будь-які підкреслювання, виділення по тексту, окрім вказаних у представлених рекомендаціях.

Нумерація сторінок наскрізна. Першою сторінкою є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші, на змісті, на додатках та на сторінці зі списком використаної літератури номер сторінки не ставлять, але всі вони включаються до загальної нумерації. На наступних сторінках номер проставляють у правому верхньому куті сторінки арабськими цифрами без крапки в кінці.

Назви розділів друкуються великими літерами (шрифт - жирний), Вирівнювання – по центру. Крапка після назв розділів, підрозділів, таблиць, діаграм, графіків не ставиться. Між назвою розділу і підрозділу витримують інтервал в один рядок.

Форма проведення підсумкового оцінювання виконаного дослідження – публічна доповідь (3-4 хвилини) з подальшим відкритим обговоренням або індивідуальна співбесіда на тему контрольної роботи.

Контрольна робота представляється у встановлені терміни.

При оцінці контрольної роботи враховується ступінь розкриття теми та відображення головного змісту, глибина опрацювання відповідних тематичних джерел інформації, вміння застосовувати теоретичний матеріал для вирішення практичних проблем, логічність викладу, здатність робити висновки з проведеного дослідження, відповідність технічного оформлення зазначеним нормам, якість підсумкової співбесіди або доповіді. Оцінка дається кожному з вказаних елементів виконаної роботи.

## **7. Методи контролю**

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на семінарських та практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- Контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних, семінарських і практичних занять;

- Контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проектних завдань;
- Контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу;
- Контроль та оцінювання вмінь вирішувати розрахункові, ситуаційні та евристичні задачі;
- Контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати їх.

Підсумковий контроль засвоєння розділів здійснюється по їх завершенню на основі проведення тестових контрольних робіт за відповідним розділом. Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок студентів, набутих під час вивчення певного блоку тем.

Семестровий підсумковий контроль проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового іспиту в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеному даною програмою дисципліни.

Застосовуються такі методи контролю підготовки студентів:

- усні відповіді на семінарських заняттях;
- письмового експрес-контролю;
- колоквіум;
- тестові завдання;
- розрахункові задачі;
- виконання творчих завдань;
- розв'язування ситуаційних задач;
- виконанням індивідуальної семестрової роботи (реферати, аналітичні обзори).

Оцінка успішності студента є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою з урахуванням оцінок засвоєння окремих розділів.

## 8. Схема нарахування балів

### 7 семестр

| Поточний контроль та самостійна робота |                                                |                                                                           |                                                 |                                                              |                              | Разом | Екзамен | Сума |
|----------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------|-------|---------|------|
| Розділ 1                               |                                                |                                                                           |                                                 |                                                              |                              |       |         |      |
| Теоретичні основи туropolерейтингу     | Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі | Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту | Правила формування програм перебування туристів | Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві | Поточний тестовий контроль 1 | 60    | 40      | 100  |
| 5                                      | 5                                              | 5                                                                         | 5                                               | 5                                                            | 35                           |       |         |      |

### 8 семестр

| Поточний контроль та самостійна робота |                              |                                                   |                                |                              | Разом | Екзамен | Сума |
|----------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------|-------|---------|------|
| Розділ 2                               |                              |                                                   |                                |                              |       |         |      |
| Рецептивний туropolерейтинг            | Ініціативний туropolерейтинг | Організація туристичних подорожей туropolератором | КР, що виконується під час СРС | Поточний тестовий контроль 2 | 60    | 40      | 100  |
| 6                                      | 6                            | 6                                                 | 10                             | 32                           |       |         |      |

## Шкала оцінювання

| Сума балів за всі види навчальної діяльності<br>протягом семестру | Оцінка                                 |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
|                                                                   | для чотирирівневої<br>шкали оцінювання |
| 90 – 100                                                          | відмінно                               |
| 70-89                                                             | добре                                  |
| 50-69                                                             | задовільно                             |
| 1-49                                                              | незадовільно                           |

## 9. Рекомендоване методичне забезпечення

### Основна література

1. Бабарицька В. К. Малиновська О. О. Менеджмент туризму. Туроперейтинг / В. К. Бабарицька. – К. : Вид. Львівськ, 2009. – 288 с.
2. Веткин, В. А. Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие/ В. А. Веткин, Е. В. Винтайкина. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 240 с.
3. Грачева, О.Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: Учебно-методическое пособие/ О. Ю. Грачёва и [др.]. – М.: «Дашков и К», 2009. – 276 с.
4. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы : учебник [Текст] / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
5. Ильина Е. Туроперейтинг. Организация деятельности / Е. Ильина. – М. : ФИС, 2007. – 480 с.
6. Исмаев Д. К. Основная деятельность туристской фирмы : учебн. пособ. / Д. К. Исмаев. – М. : ООО Книгодел: МАРТ, 2005. – 158 с.
7. Кабушкин, Н. И. Организация туризма : учебник / Н. И. Кабушкин, А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2003. – 632 с.
8. Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности / В. А. Квартальное. – М. : Менеджмент туризма, 2002. – 288 с. 7. Кусков А. С. Туроперейтинг : учебник / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : ФОРУМ, 2009. – 400 с
9. Любавина, Н. Л. Технология и организация турагентской деятельности: учебное пособие/ Н. Л. Любавина, Л. А. Кроленко, Т. А. Нечаева. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 256 с
10. Любавина, Н. Л. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие/ Н. Л. Любавина, Л. А. Кроленко, Т. А. Нечаева. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 288 с.
11. Любіцева О.О. Методика розробки турів: Навч посібник. – К.: Альтерпрес, 2008. – 300 с.
12. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – 3-е вид. – К. : Альтпрес, 2005. – 253 с.

13. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М. М. Маринин. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 144 с.
14. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей : навч. посібн. / Г. І. Михайліченко. – К. : КНТЕУ, 2003. – 156 с.
15. Про туризм : Закон України в редакції від 18.11.2003 р. // ВВР. – 2004. – № 13. – Ст. 180.
16. Туризмологія (теорія туризму) : навч.-метод. посібн. зі спецкурсу. – К. : КУТЕП, 2010. – 70 с.
17. Туристский терминологический словарь : справочно-метод. пособие / авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальное. – М. : Советский спорт, 1999. – 664 с.
18. Туроперейтинг: Учебник / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. - М.: Форум, 2014. - 400 с

#### **Допоміжна література**

19. Воскресенский В. Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития / В. Ю. Воскресенский. – М. : Изд. Юнити-Дана 2007. – 160 с.
20. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / Н. М. Ганич, Н. В. Антонюк, М. П. Мальська. – М. : Знання, 2008. – 661 с.
21. Джатадян Ю. А. Транспортное обеспечение в туризме / Ю. А. Джатадян, А. С. Кусков. – М. : Изд. КноРус, 2008. – 368 с.
22. ДСТУ 4268-2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення туристів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. – К. : Держспоживстандарт України, 2004.
23. ДСТУ 4269-2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. – К. : Держспоживстандарт України, 2004.
24. ДСТУ 4527-2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: Від 28.02.06. – К. : Держспоживстандарт України, 2006.
25. Европейский гостиничный маркетинг : учебн. пособ. [Текст] ; пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 224 с.
26. Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма / Л. И. Егоренков. – М. : Изд. Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2009. – 304 с.
27. Исаева Т. Е. Речевая коммуникация в туризме / Т. Е. Исаева. – М. : Изд. Дашков и Ко, Наука-Спектр, 2009. – 240 с.
28. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкснз ; пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 420 с.
29. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О. О. Любіцева, К. Бабаринька. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. – 335 с.
30. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
31. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / С. В. Мельниченко. – К. : КНТЕУ, 2008. – 494 с.

32. Монтехано Монтанеро Структура туристического рынка : учебное пособие / Монтехано Монтанеро ; пер. с не пан. – Смоленск : Издательство СГУ, 1997. – 230 с.
33. Прикладной туropolерейтинг : учеб. пособие / Д. С. Ушаков. - Москва ; Ростов-на-Дону : МарТ, 2004. – 413 с.
34. Про схвалення стратегії розвитку туризму і курортів: розпорядження КМУ від 06.08.2008 р. № 1088-р // Офіційний вісник України. – 2008. – № 60. – С. 27–32.
35. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник / Т. Г. Сокол. – К. : Грамота. 2006. – 264 с.
36. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
37. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме / Д. С. Ушаков. – М. : Изд. Феникс, 2007. – 288 с.
38. Ушаков Д. С. Инновации в туризме и сервисе / Д. С. Ушаков, Н. Н. Малахова. – М. : Изд. Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 256 с.
39. Ушаков Д. С. Технологии выездного туризма / Д. С. Ушаков. – М. : Издательский центр МарТ, Феникс. 2010. – 448 с.
40. Ушаков Д. С. Технологии въездного туризма / Д. С. Ушаков, А. Н. Рубаник. – М. : Изд. Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 384 с.
41. Черных Н. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов / Н. Черных. – М. : Сов. спорт, 2002. – 320 с.
42. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібн. / Н. Черных. – К. : Атіка, 2006. – 254 с.

#### **10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення**

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/).
2. Офіційний сайт компанії «Амадеус Україна». – Режим доступу : <http://www.amadeus.net.ua/rus/amadeusua.htm>.
3. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. – Режим доступу : [www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/1865.htm](http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/1865.htm).
4. Офіційний сайт Української туристичної газети. – Режим доступу : <http://utg.net.ua/>
5. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організацій. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/en>
6. Офіційний сайт Готельного та ресторанного порталу. – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/>
7. <https://www.edx.org/course/hospitality-tourism-china-global-hkpolyux-shtm001x>
8. <https://www.udemy.com/tripadvisor-training-tourism-online-marketing-travel-hotels-resorts/>

9. <https://www.udemy.com/transit-transportation-topics-for-international-travelers/>
10. <https://eliademy.com/catalog/tourism-marketing.html>
11. <https://eliademy.com/catalog/international-travel-tourism.html>
12. <https://eliademy.com/catalog/visa-application-travel-management.html>