

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

підготовки	Бакалавр
спеціальності	241 Готельно-ресторанна справа
освітньо-професійної програми	Готельно-ресторанна справа

Силабус освітнього компонента «ТУРОПЕРЕЙТИНГ» підготовки бакалавра, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа, за освітньо-професійною програмою Готельно-ресторанна справа.

Розробник: Терещук Оксана Степанівна, кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства.

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:



Терещук О.С.

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри туризму та готельного господарства
протокол № 1 від 31. 08. 2022 року

Завідувач кафедри:



Ільїн Л.В.

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	24 Сфера обслуговування	Нормативна
		Рік навчання – 4
		Семестр – 7
Кількість годин / кредитів 150 / 5	241 Готельно-ресторанна справа	Лекції – 10 год.
	Готельно-ресторанна справа	Практичні – 20 год.
ІНДЗ: є		Самостійна робота – 110 год.
	перший (бакалавр)	Консультації – 10 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання		Українська

II. Інформація про викладача

ІІІ: Терещук Оксана Степанівна

Науковий ступінь: кандидат географічних наук

Вчене звання: доцент

Посада: доцент кафедри туризму та готельного господарства

Телефон: 0632286740

E-mail: t.oksana777@vnu.edu.ua

Електронний розклад: <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація курсу

Вивчення освітнього компонента «Туроперейтинг» у системі підготовки фахівців сфери туризму дозволяє набути знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічні навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпакету, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів. Освітній компонент передбачає набуття студентами сучасних теоретичних знань та практичних навичок зі створення дієвої системи взаємодії між всіма суб'єктами туристичного ринку: туроператорів, турагентів, підприємств-виробників туристичних послуг з метою створення та реалізації програм туристичного обслуговування. Курс побудовано на засадах студентоцентрованого підходу, який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

2. Пререквізити і постреквізити

Пререквізити: «Вступ до фаху», «Екскурсознавство та музеєзнавство», «Організація готельного господарства», «Організація ресторанного господарства», «Географія туризму», «Інформаційні технології та системи в готельно-ресторанній справі», «Міжнародний туризм».

Постреквізити: «Планування діяльності туристичних підприємств», «Організація туристичних подорожей», «Економіка підприємства».

3. Мета і завдання освітнього компонента

Мета освітнього компонента – формування компетентностей щодо умов та правил створення туристичного продукту; дотримання технології та правил організації туристичних подорожей; бронювання різних видів послуг; організації транспортних перевезень та турів; формування теоретичних, професійних знань і практичних навичок щодо туроператорської діяльності; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів.

Завдання освітнього компонента:

- вивчення теоретичних та методологічних основ туроперейтингу;
- набуття компетентностей на основі засвоєння основних теоретичних положень та придбання необхідних практичних навичок, що дозволяють ефективно застосовувати основні положення туроперейтингу в організації дієвої системи взаємодії між усіма суб'єктами туристського ринку;
- надання студентам чіткого уявлення про сутність туроперейтингу та агентського бізнесу в туризмі;
- ознайомлення студентів з видами та змістом різних видів туроперейтингу;
- набуття студентами професійних знань та навичок щодо розробки та організації виконання програм перебування туристів.
- формування у студентів системи знань і вмінь зі створення турпродукту туристичного підприємства та формування його асортименту
- розкриття змісту технологічних ланок створення турпродукту.

4. Результати навчання (компетентності).

Компетентності, яких здобувач набере в результаті вивчення дисципліни:

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- ЗК 05. Здатність працювати в команді;
- ЗК 07. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності;
- ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Фахові компетентності (ФК)

- ФК 02. Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність;
- ФК 03. Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни;
- ФК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії;
- ФК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів;
- ФК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності.

Програмні результати навчання (РН)

- РН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного

господарства;

РН 12. Здійснювати ефективний контроль якості продуктів та послуг закладів готельного і ресторанного господарства;

РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності;

РН 17. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу;

РН 23. Професійно організовувати роботу закладів гостинності з урахуванням транскордонного положення та мультикультурного середовища регіону.

5. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бали
Змістовий модуль I. Теоретичні основи туроперейтингу. Турпроекування						
Тема 1. Теоретичні основи туроперейтингу	10	2	-	8		О, Д, – 2
Тема 2. Організаційно-правові основи туроперейтингу	11	-	2	8	1	О, Д, К – 3
Тема 3. Класифікація туроператорів	10	2	-	8		–
Тема 4. Туристичний продукт як результат діяльності туроператора	11	-	2	8	1	ДС, Т, К – 3
Тема 5. Проекування туристичного продукту	11	-	2	8	1	ДС, – 3
Тема 6. Формування туристичного продукту	11	-	2	8	1	РЗ/К – 3
Модульна контрольна робота №1						30
Разом за змістовим модулем 1	64	4	8	48	4	44
Змістовий модуль II. Прикладний туроперейтинг						
Тема 7. Взаємовідносини туроператора з постачальниками послуг	18	2	2	12	2	РЗ/К, Т – 3
Тема 8. Договірні відносини в туроперейтингу. Документообіг.	16	2	2	10	2	РЗ/К, Т – 3
Тема 9. Методи просування туристичного продукту	11	-	2	8	1	ДС, – 3
Тема 10. Особливості роботи туроператора з тур агентами. Стимулювання агентської діяльності.	13	2	2	8	1	ДС – 3
Тема 11. Ціноутворення в туроперейтингу	10	-	2	8		ДС, РЗ/К – 3
Тема 12. Виставкова	8	-	-	8		РМГ, РЗ/К –

діяльність у туropерейтинга						3
Тема 13. Конфліктне середовище туropерейтинга	10	-	2	8		PMГ, PЗ/К – 3
Модульна контрольна робота №2						30 балів
ІНДЗ						5
Разом за змістовим модулем 2	86	6	12	62	6	56
Усього годин	150	10	20	110	10	100

Форма контролю: О – опитування; Д – доповідь, ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, PЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/ робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота, Р – реферат, аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

6. Завдання для самостійного опрацювання

№ з/п	Тема	Кількість годин
		денна форма
1	Країни Південної Європи як напрямок українського виїзного туризму	12
2	Країни Східної Європи як напрямок українського виїзного туризму	12
3	Країни Північної Європи як напрямок українського виїзного туризму	16
4	Туреччина як улюблений напрямок українських туropераторів	16
5	Країни Південно-Східної Азії як напрямок українського виїзного туризму	16
6	Країни Близького Сходу як напрямок українського виїзного туризму	16
7	Австрія, Швейцарія, Німеччина як напрямок українського виїзного туризму	10
8	Круїзний туropерейтинг	12
	Разом	110

Методи навчання

Застосовуються проблемні, інтерактивні, контекстні технології навчання, лекції-дискусії. На практичних заняттях застосовуються кейс-метод, порівняння, ситуаційні завдання, ділові ігри, практичні задачі для розв’язання, коучинговий підхід у викладанні, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів. На заняттях відбуваються дискусії, здобувачі грають в brainstorming і креативно описують власні ідеї, широко застосовується перегляд й обговорення відео-матеріалів з урахуванням можливості саморозкриття студентами своїх цілей, переваг і здібностей.

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо здобувача освіти. Відвідування занять дає можливість отримати задекларовані загальні та фахові компетентності, вчасно і якісно виконати завдання. Пропущені заняття можна відпрацювати у визначений час згідно графіка

консультацій. За умови індивідуального навчального графіка студент має можливість отримати позитивну оцінку завдяки виконанню планових та контрольних завдань. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. Навчання також може відбуватись в онлайн формі (змішана форма навчання) з використанням програми Zoom або Teams office 365 за погодженням із деканатом та керівником освітнього компоненту за наявності об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування та ін.). Недопустиме користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях, не пов'язаних із навчанням.

Політика щодо академічної доброчесності. Виконані завдання студентів мають бути їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування (в тому числа з використанням мобільних гаджетів), втручання в роботу інших осіб є прикладами можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату, що регламентовано Положенням ВНУ ім. Лесі Українки «Про систему запобігання та виявлення академічного плагіату».

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Терміни здачі практичних робіт, ІНДЗ, самостійної роботи повідомляє викладач на перших аудиторних заняття з дисципліни або прописує на інтернет-платформі курсу.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються з нижчою оцінкою (до -50%). Пропуск з поважних причин теми чи окремого заняття може бути відпрацьованим під керівництвом викладача та захистити у час передбачений графіком консультацій. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, довідка про стан здоров'я). Терміни підсумкового контролю, ліквідації академічної заборгованості визначає розклад заліково-екзаменаційної сесії.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти. Результати навчання, здобуті шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти, визнаються в ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації (https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2021-02/Polozhennia_%20vyznannia_rezultativ_navchannia_formalnoi.pdf).

Визнанню підлягають такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту загалом, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, які передбачені силабусом освітнього компонента, зараховуються за наявності відповідного документу (сертифікат, свідоцтво, посилання тощо), які визначають тематику, обсяги та перелік результатів навчання. Для зарахування визнаються сертифікати, отримані на платформі відкритих онлайн-курсів Prometheus, Coursera або інших ресурсах, які мають узгоджуватися попередньо з викладачем.

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або першого місяця від початку семестру, враховуючи ймовірність не підтвердження здобувачем результатів такого навчання.

Здобувач також може займатися науковою роботою за тематикою, що відповідає освітньому компоненту. Зокрема, участь у конференції з написанням тез може бути зараховано як максимальна оцінка за практичне заняття, на тему якого вони виконані.

V. Підсумковий контроль

Рейтинг студента з навчальної роботи визначається відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки» (<https://ed.vnu.edu.ua/wp->

content/uploads/2022/07/Polozh_pro_otzin_%D0%A0%D0%B5%D0%B4_%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%9C%D0%95%D0%94.pdf

Семестровий залік – це форма підсумкового контролю, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем освіти навчального матеріалу з певного компонента (дисципліни) на підставі результатів виконання всіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру: аудиторної роботи під час лекційних, практичних (семінарських, індивідуальних), лабораторних занять (тощо), самостійної роботи, виконання ІНДЗ, контрольних робіт тощо.

Залік викладач виставляє за результатами поточної роботи за умови, що здобувач освіти виконав ті види навчальної роботи, які визначено силабусом ОК. У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час **ліквідації академічної заборгованості**. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості, як правило, 100 балів.

На залік виносяться типові та комплексні задачі, ситуації, завдання, що потребують творчої відповіді та вміння синтезувати отримані знання і застосовувати їх під час розв'язання практичних задач.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90–100	Зараховано
82–89	
75–81	
67–74	
60–66	
1–59	Незараховано (необхідне перескладання)

Орієнтовний перелік питань до заліку

1. Об'єкт, предмет та завдання туropolерейтингу
2. Туropolератор як суб'єкт туристичного ринку
3. Види туropolерейтингу та туropolераторів
4. Позиціонування турів та туropolераторів
5. Співробітництво туropolератора та іноземної тур-компанії на умовах туристичного кредитування
6. Типологія турів в залежності від цілей туриста
7. Основні потреби туристів, що надають перевагу відпочинку за кордоном та вимоги туropolераторів що організують такий відпочинок
8. Сегментація туристичного ринку за економічним принципом. Потреби туристів та вимоги до туropolераторів відповідно до класу обслуговування
9. Функції туropolератора
10. Аутгоїнговий туropolератор його види та форми
11. Профіль роботи туристичного туropolератора та його напрями

12. Типологія турів в залежності від цілей туристів
13. Монопрофільні туроператори та їх переваги
14. Багато профільні туроператори та їх переваги
15. Фактори зовнішнього середовища туроперейтингу та їх класифікація
16. Особливості туроперейтинга як виду діяльності на туристичному ринку
17. Циклічність туроперейтингу
18. Концепція маркетингу в тур-плануванні. Маркетингове дослідження ринку та його етапи
19. Сегментація туристичного ринку за географічним принципом. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
20. Сегментування туристичного ринку на принципах кількісної переваги туристів. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
21. Вікове сегментування туристичного ринку. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
22. Сегментування туристичного ринку за принципами туристичних уподобань. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
23. Сегментація туристичного ринку за цілями туру. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
24. Конкуренти туристичного оператора та їх поява на ринку
25. Конкуренти туристичного оператора та їх типи
26. Етапи конкурентного аналізу туроператорів та виявлення їх слабких та сильних сторін
27. Фокус-групи та їх сегментування
28. Визначення фокус-групи та її характеристика
29. Диференціація пропозицій туроператорів на конкретному туристичному ринку
30. Методи ціноутворення туристичного продукту
31. Схема роботи туроператора по організації та реалізації турів
32. Переваги та недоліки організації роботи туроператора з використанням послуг м'іт-компанії
33. Диференціація пропозицій туроператора на конкурентному туристичному ринку
34. Позиціонування турів і туроператорів на туристичному ринку
35. Основні помилки туроператорів при формуванні їх ринкової позиції
36. Основні етапи туристичного проектування
37. Переваги та недоліки організації роботи туроператора при прямій організації турів
38. Переваги та недоліки організації роботи туроператора при непрямій організації турів
39. Ідентифікація постачальників туристичних послуг для роботи туроператора
40. Схема співробітництва туроператора і іноземних meet-підприємств. Обов'язки туроператора та meet-підприємств
41. Правові документи міжнародного рівня, що регулюють контрактні взаємовідносини в туризмі
42. Квотування як основна форма роботи туроператора. Види квот
43. Принципи роботи туроператора з туристичними агентствами
44. Формування асортименту туроператора
45. Види турагенств в залежності від ступеня залежності від туристичного туроператора
46. Схеми роботи сучасного туроператора з підприємствами готельної індустрії
47. Блоки місць в готелях, їх характеристики та види. Поділ в залежності від умов продажу та ступеня ризику туроператора
48. Робота туроператора з готельєром на комітмент-умовах

49. Робота туроператора з готельєром на умовах елотмент
50. Робота туроператора з готельєром на умовах підвищеної комісії
51. Робота туроператора з готельєром на умовах безвідкличного та пріоритетного бронювання
52. Авіаквитки їх форми та блоки та умови бронювання. Тарифи та їх види, знижки та пільги на авіаквитки при регулярних перевезеннях
53. Чартерні перевезення та замовники чартерних перевезень. Види чартерних програм
54. Схеми взаємовідносин туроператора та залізниць. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником
55. Схеми взаємовідносин туроператора і судновласника. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником. Аналіз каютного фонду
56. Ціноутворення круїзних турів та фрахтування круїзних суден. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником
57. Схеми взаємовідносин туроператора і екскурсійної компанії. Вимоги до гідів його права та обов'язки перед туристами
58. Схеми взаємовідносин туроператора і страхової компанії. Страхові програми та не страхові випадки в туроперейтингу
59. Документообіг в туроперейтингу. Типи та види договорів та документів туроператора
60. Стратегія туроперейтингу на туристичному ринку України

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна література

1. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу: навч. посібник. Київ : НУХТ, 2018. 282 с.
2. Басв В. В. Основи туроперейтингу: навч. посіб. К.: ДП "Вид. дім "Персонал", 2018. 156 с.
3. Білоусов О.М., Лугінін О.Є., Морозова О.С., Соколова Л.В. Менеджмент туристичної галузі: підручник. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.
4. Брич. В. Я. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
5. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. [текст] навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 178 с.
6. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.
7. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг : підручник. Київ : КНТЕУ, 2018. 304 с.
8. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей: підручник. К.: ЦІТ КНТЕУ, 2015. 392 с.
9. Черненко Н. Безпека туризму: навчальний посібник. К.: Кондор, 2019, 188 с.

Допоміжна література

1. Брусільцева Г. М., Зима О. Г. Правове регулювання туристичної діяльності : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 214 с.
2. Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей: Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: НАІР, 2014. 364 с.
3. Калюга Т. О., Чаплинський К. О. Теоретичні та практичні основи розслідування шахрайства у сфері надання туристичних послуг : монографія. Херсон : Видавничий дім "Гельветика", 2020. 238 с.

4. Терещук О.С. Лисюк Т.В. Організація туристичних подорожей. (Туроперейтинг) : конспект лекцій. Луцьк : ПП Іванюк В.П., 2020. 90 с.
5. Терещук О.С. Лисюк Т.В. Організація туристичних подорожей. (Туроперейтинг) : методичні рекомендації до практичних робіт. Луцьк : ПП Іванюк В.П., 2020. 79 с.
6. Лисюк Т. В., Терещук О.С., Дмитрук О.О. Екскурсійне обслуговування у структурі туристичного продукту. *Причорноморські економічні студії*: науковий журнал. 2018. Вип.28 (Част.1). С. 175-179.
7. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Білецький Ю.В. Організація туристичних подорожей на ринку туристичної індустрії в умовах COVID-пандемії. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-27>

Інформаційні ресурси:

1. Законодавство України: веб-сайт. URL : <http://rada.gov.ua>
2. Кабінету Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>
3. Державного агенства України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourism.gov.ua
4. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukr.stat.gov.ua>
5. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua>
6. Туристичний портал: веб-сайт. URL : <http://www.tour.com.ua>