

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

**СИЛАБУС**  
**нормативного освітнього компонента**

**ТУРОПЕРЕЙТИНГ**

<b>підготовки</b>	Бакалавр
<b>спеціальності</b>	242 Туризм і рекреація
<b>освітньо-професійної програми</b>	Туризм

Луцьк – 2023

**Силабус освітнього компонента «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»** підготовки бакалавра, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 242 Туризм і рекреація, за освітньо-професійною програмою Туризм.

**Розробник:** Терещук О. С., доцент кафедри туризму та готельного господарства, кандидат географічних наук.

**Погоджено**

Гарант освітньо-професійної програми:



Ільїн Л. В.

**Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри туризму та готельного господарства протокол № 1 від 29 серпня 2023 р.**

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  242 Туризм і рекреація  Туризм  перший (бакалавр)	Нормативна
Кількість годин / кредитів 150 / 5		Рік навчання – 3
		Семестр – 5
ІНДЗ: є		Лекції – 36 год.
	Практичні – 54 год.	
	Самостійна робота – 50 год.	
Мова навчання	Консультації – 10 год.	
	Форма контролю: іспит	
	Українська	

## II. Інформація про викладача

**ППП:** 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 турпаketу, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпаketів; 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: «Основи туризмознавства», «Екскурсознавство та музеєзнавство», «Організація готельного господарства», «Організація ресторанного господарства», «Географія туризму», «Інформаційні технології та системи в туризмі», «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 набуде в результаті вивчення дисципліни:

#### **Загальні компетентності (ЗК):**

- ЗК 04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;
- ЗК 07. Здатність працювати в міжнародному контексті;
- ЗК 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- ЗК 14. Здатність працювати в команді та автономно.

#### **Фахові компетентності (ФК)**

- ФК 15. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;
- ФК 16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- ФК 19. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів;
- ФК 20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);
- ФК 21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;
- ФК 27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;
- ФК 30. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

### Програмні результати навчання (РН)

- РН 1. Називати та відтворювати основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;
- РН 2. Визначати зміст базових понять з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук;
- РН 4. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору;
- РН 6. Виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
- РН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- РН 8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися;
- РН 13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей;
- РН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

### 5. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бали
<b>Змістовий модуль I. Теоретичні основи туropolерейтингу. Турпроекткування</b>						
Тема 1. Теоретичні основи туropolерейтинга	10	2	4	4		О, Д, – 2
Тема 2. Організаційно-правові основи туropolерейтингу	10	2	4	4		О, Д, К – 3
Тема 3. Класифікація туropolераторів	10	2	4	4		–
Тема 4. Туристичний продукт як результат діяльності туropolератора	12	2	4	4	2	ДС, Т, К – 3
Тема 5. Проекування туристичного продукту	14	4	4	4	2	ДС, – 3
Тема 6. Формування туристичного продукту	12	4	4	4		РЗ/К – 3
Разом за змістовим модулем I	68	16	24	24	4	14
<b>Змістовий модуль II. Прикладний туropolерейтинг</b>						
Тема 7. Взаємовідносини туropolератора з постачальниками послуг	16	6	6	4		РЗ/К, Т – 3
Тема 8. Договірні відносини в туropolерейтинга. Документообіг.	12	4	4	4		РЗ/К, Т – 3
Тема 9. Методи просування туристичного продукту	12	2	4	4	2	ДС, – 3
Тема 10. Особливості роботи туropolератора з тур агентами. Стимулювання агентської діяльності.	14	2	4	4	4	ДС – 3
Тема 11. Ціноутворення в туropolерейтингу	10	2	4	4		ДС, РЗ/К – 3
Тема 12. Виставкова діяльність у туropolерейтинга	10	2	4	4		РМГ, РЗ/К – 3

<b>Тема 13. Конфліктне середовище туроперейтинга</b>	8	2	4	2		РМГ, РЗ/К – 3
Разом за змістовим модулем 2	82	20	30	26	6	21
ІНДЗ						5
Модульна контрольна робота	Модульна контрольна робота №1 (1-6) – 30 балів Модульна контрольна робота №2 (7-13) – 30 балів					
<b>Усього годин</b>	150	36	54	50	10	100

Форма контролю\*: О – опитування; Д – доповідь, ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/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	6
2	Країни Східної Європи як напрямок українського виїзного туризму	6
3	Країни Північної Європи як напрямок українського виїзного туризму	6
4	Туреччина як улюблений напрямок українських туроператорів	6
5	Країни Південно-Східної Азії як напрямок українського виїзного туризму	8
6	Країни Близького Сходу як напрямок українського виїзного туризму	6
7	Австрія, Швейцарія, Німеччина як напрямок українського виїзного туризму	6
8	Круїзний туроперейтинг	6
	<b>Разом</b>	<b>50</b>

## 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 відпрацьовувати 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 числі 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\\_formalnii.pdf](https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2021-02/Polozhennia_%20vyznannia_rezultativ_navchannia_formalnii.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**

Якщо студент успішно виконав усі запропоновані викладачем завдання й отримав остаточну оцінку не меншу, ніж 75 балів, підсумкову оцінку він отримує без складання екзамену. Така оцінка виставляється в день проведення екзамену за умови

обов'язкової присутності студента. Якщо студент отримав остаточну оцінку нижчу за 75 балів, або бажає підвищити рейтинг на екзамен, підсумкова оцінка визначається як сума балів, отриманих за поточний контроль (максимум 40 балів) та оцінки за екзамен (максимум 60 балів).

Форма контролю – екзамен. В білеті 3 питання, кожне з яких оцінюється у 20 балів. За результатами підсумкового контролю від загальної суми балів, набраної студентом протягом семестру, віднімаються результати модульної контрольної роботи і додаються бали, набрані на екзамені. Переведення підсумкової семестрової оцінки, вираженої в балах, у оцінки за національною шкалою здійснюється відповідно до таблиці, уміщеної нижче.

### ***Орієнтовний перелік питань до іспиту***

1. Об'єкт, предмет та завдання туropolерейтингу
2. Туроператор 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 туropolератори та їх переваги
14. Багатопрофільні туropolератори та їх переваги
15. Фактори зовнішнього середовища туropolерейтингу та їх класифікація
16. Особливості туropolерейтинга як виду діяльності на туристичному ринку
17. Циклічність туropolерейтингу
18. Концепція маркетингу в тур-плануванні. Маркетингове дослідження ринку та його етапи
19. Сегментація туристичного ринку за географічним принципом. Потреби туристів та вимоги до туropolераторів відносно кожного сегменту
20. Сегментування туристичного ринку на принципах кількісної переваги туристів. Потреби туристів та вимоги до туropolераторів відносно кожного сегменту
21. Вікове сегментування туристичного ринку. Потреби туристів та вимоги до туropolераторів відносно кожного сегменту
22. Сегментування туристичного ринку за принципами туристичних уподобань. Потреби туристів та вимоги до туropolераторів відносно кожного сегменту
23. Сегментація туристичного ринку за цілями туру. Потреби туристів та вимоги до туropolераторів відносно кожного сегменту
24. Конкуренти туристичного оператора та їх поява на ринку
25. Конкуренти туристичного оператора та їх типи
26. Етапи конкурентного аналізу туropolераторів та виявлення їх слабких та сильних сторін
27. Фокус-групи та їх сегментування
28. Визначення фокус-групи та її характеристика
29. Диференціація пропозицій туropolераторів 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 мит-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 комитмент-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

## VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90 – 100	Відмінно	A	відмінне виконання
82 – 89	Дуже добре	B	вище середнього рівня

75 – 81	Добре	C	загалом хороша робота
67 – 74	Задовільно	D	непогано
60 – 66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
1 – 59	Незадовільно	Fx	необхідне перескладання

## 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. Баєв В. В. Основи туropolерейтингу: 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. Туropolерейтинг: 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. Туropolерейтинг : 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. (Туropolерейтинг) : конспект лекцій. Луцьк : ПП Іванюк В.П., 2020. 90 с.
5. Терещук О.С. Лисюк Т.В. Організація туристичних подорожей. (Туropolерейтинг) : методичні рекомендації до практичних робіт. Луцьк : ПП Іванюк В.П., 2020. 79 с.
8. 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.
9. 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](http://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>