

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки**  
**кафедра туризму та готельного господарства**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної і  
навчальної роботи та рекрутації,  
проф. Гаврилюк С. В. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 2016 р.

**ТУРОПЕРЕЙТИНГ**

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**вибіркової навчальної дисципліни**  
**підготовки бакалавра**  
**напряму 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»**

**Робоча програма навчальної дисципліни** Туроперейтинг для студентів за напрямом підготовки 6.140101 – «Готельно-ресторанна справа»

” ” , 2016 р. - \_\_\_\_с.

**Розробник:** Терешук О.С. кандидат географічних наук, доцент

**Рецензент:** Стрішенець О.М. доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

**Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри туризму та готельного господарства**

протокол № 1 від 30 серпня 2016 р.

Завідувач кафедри: \_\_\_\_\_ д.геогр.н., проф. Ільїн Л.В.

**Програма навчальної дисципліни  
схвалена науково-методичною комісією географічного факультету**

протокол № 1 від 14 вересня 2016 р.

Голова науково-методичної  
комісії факультету \_\_\_\_\_ к.геогр.н., доц. Поручинський В.І.

**Програма навчальної дисципліни  
схвалена науково-методичною радою університету**

протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_ . 2016 р.

## Вступ

Робоча програма навчальної дисципліни “Туроперейтинг” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра напряму “6.140101 - Готельно-ресторанна справа”.

Розвиток туризму в країні залежить від наявності туристичних ресурсів та здатності їх ефективного використання, що потребує розбудови інфраструктури та затвердження державних програм розвитку туризму. Це безпосередньо впливає на кількісно-якісні характеристики роботи туристичних підприємств, які забезпечують обслуговування туристів під час перебування їх в країні відпочинку. Організацією відпочинку займаються туроператорські та турагентські фірми, основне завдання яких виявити потреби потенційних туристів, підібрати їм відповідні пропозиції, забезпечити документальне оформлення турів та повну інформаційну підтримку. Для успішного виконання цих завдань фахівці з туризму повинні мати певні фахові та особистісні компетентності, формування яких передбачено під час засвоєння курсу.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є організація та технологія діяльності туроператорів, турагентів та їх об'єднань.

**Міждисциплінарні зв'язки:** менеджмент туризму, економіка туризму, країнознавство, маркетинг в туризмі, ціноутворення в туризмі, організація туристичних подорожей, організація екскурсійних подорожей, організація транспортних подорожей.

Програма навчальної дисципліни складається з таких **змістових модулів:**

1. Теоретичні основи туроперейтинга
2. Формування туристичного продукту, 1-й етап: тур проектування
3. Турпланування. Основні схеми роботи туроператора з основними постачальниками туристичних послуг
4. Просування і реалізація туристичного продукту

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів 6	1401 «Сфера обслуговування»	за вибором
	6.140101 «Готельно-ресторанна справа»	
Модулів 4	6.140101 «Готельно-ресторанна справа»	Рік підготовки 2
Змістових модулів 4		Семестр 3
ІНДЗ: є		Лекції 36 год.
Загальна кількість годин 210		Практичні 54 год.
Тижневих годин (для денної форми навчання):	Бакалавр	Самостійна робота 106 год.
аудиторних 5,6		Консультації 14 год.
самостійної роботи 6,3 Консультації 0,8		Форма контролю: екзамен

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1. Метою викладання навчальної дисципліни “ Туроперейтинг” є сформувати у студентів систему теоретичних знань та прикладних вмінь і навичок щодо методологічного апарату технології туроперейтингу для вирішення конкретних економічних завдань, що виникають у сфері туристської індустрії при розробці або просуванні нового тур продукту, заснуванні власного туристичного бізнесу, управлінні туристичними підприємствами або використанні послуг, що вони надають.

2.2. Основними завданнями вивчення дисципліни “Туроперейтинг” є:

- дати уявлення про діяльність туристичного оператора, основні відмінності туроператора від турагента;
- визначити основні види туроператорів і їх функції;
- розкрити поняття «туристичний продукт» і вивчити його споживчі властивості;
- вивчити основні етапи проектування туристського продукту;
- охарактеризувати основних постачальників туристських послуг і оцінити їх роль у формуванні туристичного продукту, ознайомити з глобальними дистрибутивними системами бронювання готелів і туристських послуг;
- вивчити алгоритм складання договірної плану туру і основний зміст договорів з постачальниками туристських послуг;
- охарактеризувати основні етапи ціноутворення туристичного продукту, методи ціноутворення та формування асортименту туроператора, види цін в туризмі;
- вивчити основну туристичну документацію, необхідну для роботи туроператора, дати уявлення про автоматизацію документообігу в туроперейтингу;
- визначити основні традиційні і інноваційні способи просування туристичного продукту туроператором;
- охарактеризувати основні форми організації обслуговування туристів туроператором.

2.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

### **знати :**

- визначення прав і обов'язків туристів;
- технологію та організацію туристських подорожей;
- ліцензійні умови здійснення туроператорської діяльності;
- правила та порядок оформлення туристських документів;
- туристські формальності та порядок їх виконання;
- правила та порядок страхування в туризмі;
- умови забезпечення й виконання претензійної роботи в туризмі;
- параметри створення турпродукту підприємства,
- форми аквізиції туристської активності,
- умови бронювання туристського обслуговування, та окремих туристських послуг;
- організацію обліку і контролю надання послуг, – оформлення туристської звітності;
- визначення та забезпечення безпеки туристських подорожей.

**вміти :**

формувати пакетні та індивідуальні програми туристського обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації, (регіону, району, країни);

- організувати взаємодії між всіма учасниками туристського ринку, формувати нормативно-правове забезпечення співпраці;
- моделювати програми туристського обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристських атракцій;
- застосовувати графо-аналітичні моделі програм туристського обслуговування;
- визначати мотивації подорожей;
- оформлювати туристську документацію;
- організувати облік і контроль надання послуг;
- організувати формування звітності туристських підприємств;
- удосконалювати процеси надання туристських послуг в пакетних турах;
- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;
- обґрунтовувати та розробляти основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристської індустрії, організувати забезпечення їх нормативно-правовою базою;

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 210 годин / 6 кредитів ECTS.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### ***Змістовий модуль 1. Теоретичні основи туроперейтинга***

##### **Тема 1. Поняття і види діяльності туроператора ( 2 год)**

Поняття і сутність туроперейтинга. Туроперейтинг як вид виробничої діяльності туристського підприємства однак замість розробки та реалізації туристичного продукту. Туроперейтинг: підходи до визначення, функцій. Особливості виробничої діяльності та туризмі. Основні елементи комплексу туроперейтинга: планування та реалізація турів, обслуговування туристів по туру. Туроперейтинг як навчальна дисципліна. Предмет і завдання курсу. зв'язок туроперейтинга з іншими навчальними дисциплінами.

##### **Тема 2. Основні функції туроперейтинга ( 2 год)**

Вимоги до організації турів. Національні та міжнародні рекомендації і стандарти. Забезпечення повноти якості обслуговування, безпеки туристів. Презентативна та репрезентативна функція туроператора.

##### **Тема 3. Середовище міжнародного туроперейтинга: зовнішні і внутрішні чинники ( 2 год)**

Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтинга. Фактори макро- і мікросередовища. Турист як один з факторів мікросередовища туроперейтинга. туристські ресурси як зовнішній фактор туроперейтинга, їх класифікація. об'єкти туристського інтересу. Види туристських ресурсів.

##### **Тема 4. Тур - основний продукт туристського підприємства ( 2 год)**

Економічна сутність туру як різновиду товару. Типи турів. Класифікація турів. Тур і туристський маршрут: основні поняття, подібності і розрізних. Основні підходи до типології та класифікації туристських маршрутів. Побудова туристських маршрутів в залежності від типів турів. Турпакет, його основні характеристики. Компоненти турпакета. Основні і додаткові послуги.

#### ***Змістовий модуль 2. Формування туристичного продукту, 1-й етап: тур проектування***

##### **Тема 1. Основні етапи маркетингового дослідження ринку, принципи аналізу ринку споживачів і конкурентного середовища. ( 2 год)**

Цілі і завдання стадії планування турів. Вимоги до планування турів. Перший етап планування турів (дослідження і аналіз). концепція маркетингу на стадії планування. Основні напрямки вивчення ринку попиту і пропозиції. Процедура оцінки та вибору найбільш перспективних турів. Диференціація пропозицій туроператорів на конкурентних ринках. Джерела інформації. Характеристики об'єктів дослідження: споживачі, ринок пропозиції, власне підприємство, зовнішнє середовище, постачальники. Формування задуму туру. ( 2 год)

##### **Тема 2. Сегментування туристичного ринку. Фокус-група ( 2 год)**

Сегментування за географічним принципом. Сегментування за економічним принципом. Сегментування на принципах кількісної переваги туристів. Вікове сегментування. Сегментування за принципами туристичних уподобань. Сегментування за цілями туру

##### **Тема 3. Формування програм туристичного обслуговування ( 2 год)**

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. Цілі програмного туризму з точки зору: туристичного менеджменту, туристичного маркетингу, технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів. 10 Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають

на поведінку покупців.

#### **Тема 4. Технологія створення туристичного продукту, формування його асортименту ( 2 год)**

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. Графоаналітичні моделі програм обслуговування. Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку. Визначення портрету споживача й потреб туристів. Стадії планування туристичного пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками. Типова тимчасова шкала туроперейтингової програми. Принципи вибору місць прийому. Послідовність робіт стосовно вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення, засоби розміщення, тривалість туру. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку. Перелік технологічної документації при формуванні турів. Калькулювання вартості туру.

#### **Тема 5. Три рівня туристського продукту. Концепція життєвого циклу туристського продукту. ( 2 год)**

Другий етап планування турів (формування основного комплексу послуг, включаються в тур). Підходи, які застосовуються до формування комплексу послуг в залежності від типів турів. Облік запитів і потреб споживачів туристського продукту. Формування на ринку конкурентної переваги, заснованого на внутрішніх можливостях підприємства. принципи підбору партнерів і постачальників послуг. Облік чинників зовнішнього середовища.

### **Змістовий модуль 3. Турпланування. Основні схеми роботи**

#### **туроператора з основними постачальниками туристичних послуг**

#### **Тема 1. Схема співробітництва туроператора з підприємствами готельної індустрії та іноземними meet-компаніями ( 2 год)**

Схеми роботи туроператорів з meet-компаніями: разові заявки, квотна форма співпраці, туристичний кредит. Договірні відносини між туроператором та meet-компанією. Обовязки туроператора та meet-компанії.

Схеми співпраці туроператора і готельєра: Оренда готелю, придбання блоків кімнат на умовах комітменту, купівля блоку місць на умовах елотмент, безвідкличне бронювання, пріоритетне бронювання, підвищена комісія, робота за разовими заявками.

#### **Тема 2. Схема роботи сучасного туроператора з авіапідприємствами та з підприємствами круїзної індустрії ( 2 год)**

Особливості роботи авіакомпаній з туроператорами. Організація чартерних превезень. Види чартерних програм. Договірні відносини з авіакомпаніями. Зобов'язання авіакомпанії перед туроператором та перед туристами. Особливості роботи туроператора з регулярними перевізниками.

За договором фрахту пасажирського круїзного судна перевізник. Аналіз каютного фонду . Права та обов'язки судовласників та круїзних туроператорів перед туристами та перед один одним. Специфіка обслуговування круїзних туристів та укладання програм обслуговування.

#### **Тема 3. Схема роботи сучасного туроператора зі страховими компаніями ( 2 год)**

Програма страхування медичних та інших непередбачених витрат громадян, що виїжджають за кордон або подорожують Україною та СНД. Програма страхування від нещасних випадків під час поїздки. Програма страхування витрат на випадок неможливості здійснити заздалегідь оплачену поїздку. Програма страхування особистого майна громадян на час їхньої відсутності в рідному місті. Розмір страхових тарифів програми страхування туристів. Зобов'язання стахових компаній. Зобов'язання тур операторських компаній.

#### **Тема 4. Документообіг в туроперейтингу ( 2 год)**

Класифікація документів. Статутні документи. Бухгалтерські або статистичні документи. Документація про роботу з постачальниками. Документи, які регламентують



відносини туроператора і агентів. Документи, які регламентують взаємовідносини туроператорів і туристів

#### **Тема 5. Ціноутворення туристського продукту ( 2 год)**

Ціноутворення тур продукту: основні етапи та методи формування асортименту туроператора. Розрахунок точки безбитковості на рівні групового туру. Розрахунок точки безбитковості на рівні фірми. Методи ціноутворення.

### ***Змістовий модуль 4. Просування і реалізація туристичного продукту***

#### **Тема 1. Основні цілі та інструменти просування туристичного продукту ( 2 год)**

Формування збутової мережі. Підбір партнерів зі збуту. Агентська угода. Методи та нормативна основа реклами туристського продукту. Тактичні рішення з реклами. Стимулювання продажу і пропаганда туристського продукту. Каталог туроператора як основний носій інформації для просування туристського продукту. Участь у виставках.

#### **Тема 2. Різновиди агентських мереж. Способи стимулювання агентської діяльності. ( 2 год)**

Робота з агенствами. Класифікація агентств від ступеня залежності від туристичного оператора. Типи агентських мереж. Стратегії створення агентських мереж. Стимулювання роботи агентств. Стимулювання роботи агентств.

#### **Тема 3. Реклама в тур операторській діяльності ( 2 год)**

Специфічні функції і основні носії туристської реклами. Основні практичні інструменти проведення PR-акцій. Стимулювання споживачів.

#### **Тема 4. Стратегія туроперейтингу на туристичному ринку ( 2 год)**

Стратегічного планування в туроперейтингу. Розробка стратегії туроперейтинга включає наступні стадії. генеральні стратегії; маркетингові стратегії; стратегії конкурентної боротьби; стратегії ціноутворення; корпоративні стратегії; стратегії менеджменту туристичного продукту. генеральні стратегії можна розділити на стратегії стабільності, зростання, розвороту та ліквідації.

#### **Тема 5. Правове регулювання віносин у туроперейтингу( 2 год)**

Ліцензування і стандартизація туроперейтингу. Правові основи розрахунків у туроперейтингу. Залікові схеми розрахунків у туроперейтингу. Громадянська відповідальність туроператорів перед третіми особами і органами державної та місцевої влади. Кримінальна відповідальність працівників туроператора.

### 3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	Усього	у тому числі					
		Лек.	Практ. (Семін.)		Консуль таці.	Сам. роб.	Контр. роб.
1	2	3	4		6	7	8
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи туropolерейтинга</b>							
Тема 1. Поняття і види діяльності туropolератора.	6	2	2			2	
Тема 2. Основні функції туropolерейтинга	8	2	2			4	
Тема 3. Середовище міжнародного туropolерейтинга: зовнішні і внутрішні чинники.	10	2	2		2	4	
Тема 4. Тур - основний продукт туристського підприємства.	12	2	4			6	
Тема 5. Три рівня туристського продукту. Концепція життєвого циклу туристського продукту.	6		2		2	2	
Разом за змістовим модулем 1	42	8	12		4	18	
<b>Змістовий модуль 2. Формування туристичного продукту, 1-й етап: тур проектування</b>							
Тема 1. Основні етапи маркетингового дослідження ринку, принципи аналізу ринку споживачів і конкурентного середовища.	12	2	2		2	6	
Тема 2. Сегментація туристичного ринку	10	2	4			4	
Тема 3. Формування програм туристичного обслуговування	8	2	2			4	
Тема 4. Технологія створення туристичного продукту, формування його асортименту	10	2	2			6	
Тема 5. Схема роботи сучасного туropolератора зі страховими компаніями	10		2		2	6	
Разом за змістовим модулем 2	50	8	12		4	26	
<b>Змістовий модуль 3. Турпланування. Основні схеми роботи туropolератора з основними постачальниками туристичних послуг</b>							
Тема 1. Основні схеми взаємодії туropolератора з постачальниками послуг: готельними підприємствами та meet-компаніями	10	2	2			6	
Тема 2. Основні схеми взаємодії туropolератора з постачальниками послуг: авіапідприємствами та круїзними компаніями	16	2	6			8	
Тема 3.	12	2	2		2	6	
Тема 4. Класифікація документів і автоматизація документообігу в туropolерейтинг. Основні документи, що регламентують взаємовідносини туropolераторів і турагентів, туropolераторів і	10	2	2			6	

туристів.							
Тема 5. Ціноутворення туристського продукту: основні етапи та методи.	12	2	4			6	
Разом за змістовим модулем 3	60	10	16		2	32	
<b>Змістовий модуль 4. Просування і реалізація туристичного продукту</b>							
Тема 1. Основні цілі та інструменти просування туристичного продукту.	12	2	4			6	
Тема 2. Основні функції та класифікація турагентів. Різновиди агентських мереж. Способи стимулювання агентської діяльності.	14	4	2		2	6	
Тема 3. Реклама в тур операторській діяльності	10	2	2			6	
Тема 4. Стратегія туроперейтингу на туристичному ринку	12	2	2		2	6	
Тема 5. Організація діяльності представника (представництва) українського туроператора по обслуговуванню клієнтів за кордоном	10		4			6	
Разом за змістовим модулем 4	58	10	14		4	30	
<b>Усього годин</b>	210	36	54		14	106	

## 4.

## Теми практичних занять

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Суб'єкти туристичної діяльності	4
2	Особливості туристичного продукту	2
3	Особливості туристичної послуги	2
4	Класи обслуговування туристів. Пакет послуг	2
5	Життєвий цикл та якість туристичного продукту	2
6	Розрахунок ціни туристичного продукту	4
7	Технологія створення туристичного продукту	2
8	Просування туристичного продукту	2
9	Тур як основний продукт діяльності туристичного підприємства	2
10	Складання програми екскурсійного туру (за варіантом)	2
11	Розрахунок вартості туру	2
12	Розробка програми перебування (за варіантом)	2
13	Розробка та розрахунок програми обслуговування (за варіантом)	2
14	Функціонування туристичної фірми	2
15	Робота туристичної фірми з клієнтами	2
16	Розрахунок комісійної винагороди тур агентам	2
17	Складання програми інтенсив-туру	2
18	Складання програми екскурсійного туру	2
19	Складання програми подієвого туру	2
20	Розрахунок вартості стандартного туру	2
21	Розрахунок вартості індивідуального туру	2
22	Принципи розробки цільових програм	2
23	Основи договірних відносин в туризмі. Документація	2
24	Управління конфліктами в туризмі	2
25	Принципи розробки цільових програм	2
	Разом	54

## 5. Консультації

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Іспанія, Португалія, Франція як напрямок виїзного туризму України	2
2	Італія, Греція, Мальта як напрямок виїзного туризму України	2
3	Швейцарія, Данія, Австрія, Німеччина як напрямок виїзного туризму України	2
4	Чорногорія, Болгарія, Хорватія, Чехія, Польща, Словаччина як напрямок виїзного туризму України	2
5	Туреччина, Кіпр, ОАЕ, Єгипет, Туніс як напрямок виїзного туризму України	2
6	Південно-Східна Азія як напрямок виїзного туризму України	2
7	Екзотичні напрямки виїзного туризму України	
	Разом	14

## 6. Самостійна робота

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Тема 1.1.1. Поняття, класифікація і функції туроператорів, основні відмінності між туроператором і турагентом. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду провідних туроператорів виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму, асортименту їх туристських послуг і продуктів).	4
2	Тема 1.1.2. Середовище міжнародного туроперейтинга: зовнішні і внутрішні чинники. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду монопрофільних і багатопрофільних туроператорів, асортименту їх туристських послуг і продуктів).	6
3	Тема 1.2.1. Поняття і споживчі властивості туристичного продукту, характеристики, що відрізняють послугу від товару. Вид СРС: написання реферату по типології турів і профілем роботи конкретного туроператора.	6
4	Тема 1.2.2. Три рівня туристського продукту. Концепція життєвого циклу туристського продукту. Вид СРС: написання реферату по провідним туроператорам, що спеціалізуються на конкретних видах туризму	6
5	Тема 2.1.1. Основні етапи маркетингового дослідження ринку, принципи аналізу ринку споживачів і конкурентного середовища. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду туристських продуктів з конкретними прикладами для різних сегментів споживачів).	8
6	Тема 2.1.2. Стратегії туроперейтинга на туристському ринку. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду різних типів конкурентів і стратегій конкурентної поведінки на ринку, виявлення та порівняльна характеристика конкурентів конкретних туроператорів).	10
7	Тема 2.2. Процес виробництва туристського продукту: фактори, засоби і технології. Вид СРС: написання реферату по диференціації та позиціонування пропозицій туроператора на конкурентному ринку (на конкретних прикладах).	6
8	Тема 3.1.1. Основні схеми взаємодії туроператора з постачальниками туристичних послуг. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду основних постачальників туристських послуг).	10
9	Тема 3.1.2. Складання договірної плану туру. Основний зміст договорів з постачальниками туристських послуг. Вид СРС: домашнє завдання (самостійний пошук і вивчення основного змісту договорів туроператорів з постачальниками туристських послуг на конкретних прикладах).	8

10	Тема 3.1.3. Класифікація документів і автоматизація документообігу в туроперейтінг. Основні документи, що регламентують взаємовідносини туроператорів і турагентів, туроператорів і туристів. Вид СРС: домашнє завдання (самостійний пошук і вивчення основного змісту договорів туроператорів з агентами і клієнтами на конкретних прикладах).	4
11	Тема 3.2. Ціноутворення туристського продукту: основні етапи та методи. Вид СРС: розробка і виконання типового розрахунку туристичного продукту.	6
12	Тема 4.1.1. Основні функції та класифікація турагентів. Різновиди агентських мереж. Способи стимулювання агентської діяльності. Вид СРС: складання огляду різних видів турагентів і специфіки їх роботи (на конкретних прикладах).	8
13	Тема 4.1.2. Специфічні функції і основні носії туристської реклами. Основні практичні інструменти проведення PR-акцій. Стимулювання споживачів. Вид СРС: написання реферату по найбільшій міжнародній і українській туристській виставці, яр марці, біржі.	4
14	Тема 4.2.1. Алгоритм роботи та основні вимоги, що пред'являються до менеджера офісу прямих продажів. Вид СРС: складання огляду вимог, що пред'являються до менеджерів прямих продажів провідних туроператорів.	4
15	Тема 4.2.2. Організація діяльності представника (представництва) українського туроператора по обслуговуванню клієнтів за кордоном. Вид СРС: написання реферату за основними напрямками діяльності представника російського туроператора за кордоном.	8
16	Тема 4.2.2. Організація діяльності представника (представництва) закордонного туроператора по обслуговуванню клієнтів в Україні. Вид СРС: написання реферату за основними напрямками діяльності представника іноземного туроператора в Україні.	8
	<b>Разом</b>	106

## 7. Методи навчання

У відповідності з характером пізнавальної діяльності студентів, під час вивчення дисципліни «Туроперейтинг» застосовуємо різноманітні методи навчання, а саме:

- словесні;
- наочні;
- практичні;
- пояснювально-ілюстративний;
- репродуктивний;
- проблемно-пошуковий;
- частково-пошуковий;
- дослідницький;
- методи оволодіння новими знаннями, формування вмій і навичок, перевірки та оцінювання знань, умій і навичок;
- методи усного викладу знань, закріплення навчального матеріалу, самостійної роботи студентів;
- осмислення й засвоєння нового матеріалу, робота із застосування знань на практиці та вироблення вмій і навичок, перевірки та оцінювання знань, умій і навичок;
- методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності; стимулювання й мотивація учіння, контролю, самоконтролю, взаємоконтролю і корекції, самокорекції, взаємокорекції у навчанні.
- бінарні, інтегровані (універсальні) методи;
- метод ілюстрації - допоміжний метод при словесному методі, його значення полягає в яскравішому викладенні та показі власної думки. Засоби ілюстрації (картинки, таблиці, моделі, муляжі, малюнки тощо);
- індуктивні та дедуктивні методи;
- методи програмованого навчання;
- методи проблемного навчання;
- методи інтерактивного (комунікативного) навчання.

## 8. Форма підсумкового контролю успішності навчання

Формою підсумкового контролю успішності навчання є екзамен.

### *Перелік екзаменаційних питань для здійснення підсумкового контролю успішності навчання*

1. Об'єкт, предмет та завдання туроперейтингу.
2. Туроператор як суб'єкт туристичного ринку.
3. Види туроперейтингу та туроператорів
4. Позиціонування турів та туроператорів
5. Співробітництво туроператора 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 туроператорів що організують такий відпочинок
8. Сегментація туристичного ринку за економічним принципом. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відповідно до класу обслуговування.

9. Функції туроператора
10. Аутгоїнговий туоператор його види та форми
11. Профіль роботи туристичного туроператора та його напрями
12. Типологія турів в залежності від цілей туристів
13. Монопрофільні туроператори та його переваги
14. Багатопрофільні туроператори та його переваги
15. Фактори зовнішнього середовища туроерейтингу 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 мит-компанії.
33. Диференціація пропозицій туроператора на конкурентному туристичному ринку
34. Позичонування турів і туроператорів на туристичному ринку
35. Основні помилки туроператорів при формуванні їх ринкової позиції
36. Основні етапи тур-планування
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.

## **9. Методи та засоби діагностики успішності навчання**

Засоби діагностики успішності навчання – завдання для практичних занять, тестові комплекти завдань для контрольних модульних робіт, індивідуальні завдання, теми рефератів, екзаменаційні білети.

Такими завданнями є насамперед професійні задачі, що моделюють реальні ситуації, з якими може зустрітися випускник у практичній діяльності.

З метою діагностики успішності студентів використовуються:

- 1) тематичні письмові самостійні роботи;
- 2) підсумкове опитування студентів по тематиці змістових модулів.

У процесі оцінювання знань студентів враховується: обсяг відомостей, оперування поняттями, категоріями, фактами, основними теоріями, законами, закономірностями й принципами, змістова характеристика методів, процедур та методики дій, щодо використання теоретичних і практичних знань у майбутній практичній екскурсійній діяльності.

До критеріїв оцінювання знань відносимо: своєчасність виконання завдань, самостійність, оригінальність мислення, відповідальність, вміння відстоювати свою думку, глибину засвоєння теоретичних знань (це перевіряється тестуванням), вміння структуровано викладати матеріал, використовувати наочність.

До факторів, що забезпечують ефективність рейтингової системи під час вивчення дисципліни «Туроперейтинг» відносимо такі:

- чітке формулювання мети вивчення предмета;
- побудова таксономії цілей та завдань навчання;
- стандартизація знань із предмета, що вивчається;
- розроблення чітких критеріїв оцінювання знань студента;
- надання можливості кожному студентові реалізувати свої здібності (так спланувати час, щоб кожен мав змогу одержати оцінку за виконане завдання, щоб не було таких, хто не встиг і тому не отримав балів);
- можливість урахувати в рейтингу моральні якості особистості (тобто реалізувати виховний аспект навчання), адже важливо, щоб майбутній фахівець не тільки здобув певні знання, але

й сформував необхідні для професійної діяльності особистісні якості – самостійність, творчість, нестандартність мислення та ін.

Модульна форма організації навчання передбачає поділення матеріалу дисципліни на навчальні модулі – самостійні (відносно автономні) логічно завершені розділи або блоки тем дисципліни з відповідною системою організації навчально-пізнавальної діяльності, інформаційно-методичного забезпечення, діагностики та контролю навчального процесу. Чітке визначення дози навчального матеріалу, обсягу індивідуальних завдань, вимог до знань і вмінь, які студент має сформувати та продемонструвати після завершення роботи над модулем, регламентація навчального процесу сприяють систематичній роботі студентів, планомірному засвоєнню матеріалу дисципліни «Туропереїтинг».

Кожен змістовий модуль містить такі компоненти:

- навчально-організаційний блок, що містить загальну інформацію про зміст, план, регламент вивчення матеріалу;
- теоретичний блок, який охоплює інформаційно-змістовну частину модуля, що подає розгорнуте висвітлення вузлових питань курсу;
- методичний блок, що містить рекомендації щодо застосування наявних теоретичних і практичних знань, склад яких визначається особливостями конкретного навчального середовища, а також коментований перелік літератури, який орієнтує студентів у наявній навчальній та науковій літературі;
- блок підтримки (практичний) – містить банк завдань для індивідуальної роботи, вправи, конкретні ситуації, тести, анкети, роздатковий матеріал, підсумкові завдання проблемного характеру, виконання яких вимагає використання теоретичних знань та практичних умінь і навичок, набутих під час засвоєння матеріалу даного змістового модуля.

## 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється на основі результатів поточного контролю і модульного контролю знань.

*Результати поточного контролю:*

- оцінки за підготовку до практичних занять;
- оцінка за виконання самостійної роботи.

Оцінювання *підготовки до практичного заняття* враховує наявність письмової доповіді на питання й рівень компетентності у ньому. Оцінювання здійснюється за 1-бальною шкалою (0,5 бали – достатній, 1-2 бали – високий рівень компетенції у питаннях). Максимальна кількість балів за 27 тем практичних занять становить 40.

*Результати модульного контролю:*

- оцінка за виконання контрольної роботи змістового модуля 1;
- оцінка за виконання контрольної роботи змістового модуля 2;
- оцінка за виконання контрольної роботи змістового модуля 3;
- оцінка за виконання контрольної роботи змістового модуля 4.

Підсумкова оцінка складається з поточної модульної оцінки (максимум – 40 балів) і контрольної модульної оцінки (максимум – 60 балів). Якщо у підсумку виконання всіх видів навчальної роботи (семінарських занять, індивідуальної та самостійної роботи, модульних контрольних робіт) з даної дисципліни студент набирає не менше 60 балів, то, за письмовою згодою студента, вона може бути зарахована як підсумкова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає екзамен. При цьому бали, набрані за результатами модульних контрольних робіт, анулюються. Оцінка за екзамен визначається в балах (від 0 до 60) за результатами відповідей на питання екзаменаційного білету.

## Оцінювання

Поточний контроль (max = 40 балів)													Модульний контроль (max = 60 балів)				Загальна кількість балів	
Модуль 1													Модуль 2					
<i>Змістовий модуль 1</i>					<i>Змістовий модуль 2</i>								МКР 1	МКР 2	МКР 3	МКР 4		
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	15	15	15	15	100
1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2					
<i>Змістовий модуль 3</i>					<i>Змістовий модуль 4</i>													
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T					
2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1					

### Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи (проекту), практики	для заліку
90 – 100	A	Відмінно	Зараховано
82 – 89	B	Добре	
75 - 81	C		
67 -74	D	Задовільно	
60 - 66	E		
1 – 59	Fx	Незадовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)

## 11. Список джерел

### *Основна*

1. Закон України «Про внесення змін до закону України «Про туризм» 18.11.2003 р., № 1282 – IV // Туристична діяльність в Україні: Нормативно – правове регулювання/ Роїна О.М. (2-е вид., змін. та доп.). – К.:КНТ,2006. – С. 5 – 29.
2. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: Вид-во Альтпрес, 2009. – 288 с.
3. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. / Н. М. 10 Ганич, Н. В. Антонюк, М. П. Мальська. – Київ: Знання, 2008 р. – 661 с.
4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности / Е. И. Ильина. – М.: ФИС, 2007. – 480 с.
5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Стратегия и финансы / Е. Н. Ильина. – М.: ФИС, 2005. – 192с.
6. Кусков А.С. Туроперейтинг : учебник. / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : ФОРУМ, 2009. – 400 с.
7. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. пос!б / О. О Любіцева. – Київ: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
8. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: шдручник / О.О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335с.
9. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: шдручник. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ: Знання, 2008. – 661 с.
10. Михайліченко Г. Л. Практика організації туристичних подорожй: навч. посіб / Г. Л. Михайліченко. – Київ: КНТЕУ, 2003. – 156 с.
11. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Т. Г. Сокол. – Київ: Грамота, 2006. – 264 с.
12. Ткаченко Т. Л. Сталий розвиток туризму: теорія, методолоія, реалії бізнесу: монографія / Т. Л. Ткаченко. – Київ: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
13. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб / Н. В. Чорненька. – Київ: Атіка, 2006. – 254 с.
14. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме / Д. С. Ушаков. М.: Феникс, 2007.– 288 с.
15. Ушаков Д.С., Инновации в туризме и сервисе. / Д. С. Ушаков, Н. Н. Малахова. – М. : Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 256 с.
16. Ушаков Д. С. Технологии въездного туризма / Д. С. Ушаков, А. Н. Рубаник. – М.: Издательский центр МарТ, Феникс, 2010, – 384 с.
17. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. / Д. С. Ушаков. – Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 448.с.
18. Черных Н. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. / Н. Черных. – М.: Сов. спорт, 2002. – 320 с.

### *Допоміжна*

1. Воскресенский В. Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития / Ю. В. Воскресенский. – М.: Юнити-Дана, 2007, 160 с.
2. Джаладян Ю. А. Транспортное обеспечение в туризме. / Ю. А. Джаладян, А. С. Кусков. – М.: КноРус, 2008.– 368 с.
3. Драчева Е. Л. Экономика и организация туризма: международный туризм : учеб. пособие. / Е. Л. Драчева, Ю. В.Забаев, Д. К. Исмаев й др. [под ред. И.А. Рябовой. 3-е изд]. – М.: КНОРУС, 2007. – 576 с.
4. Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма. / Л. И. Егоренков. М. :Финансы и статистика, Инфра-М, 2009. – 304 с.
5. Ефремова М. Основы технологии туристического бизнеса. / М. 11 Ефремова. – М. : Ось-89, 2001. – 288 с.

6. Ильина Е. Н. Основы туристической деятельности. / Е. И. Ильина. – М.: Сов. спорт, 2000. – 200 с.
7. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы : учебник. / Е. Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
8. Исмаев Д. К. Работа туристической фирмы по организации зарубежных поездок. / Д. К. Исмаев. – М. : ВШТГ, 1996. – 135 с.
9. Исмаев Д. К. Основная деятельность туристской фирмы: учеб, пособие. / Д. К. Исмаев. – М. : ООО Книгодел: МАРТ, 2005. – 158 с.
10. Исаева Т. Е. Речевая коммуникация в туризме. Т. Е. Исаева – М.: Дашков и Ко, Наука-Спектр, 2009. – 240 с.
11. Кабушкин, Н. И. Организация туризма: учебник. / Н.И. Кабушкин, А.П. Дурович – М.: Новое знание, 2003. – 632 с.
12. Каурова А. Д. Организация сферы туризма. / А. Д. Каурова. – М. : Герда, 2008. – 368 с.
13. Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности / В.А. Квартальнов. – М, : Менеджмент туризма, 2002. – 288 с.
14. Кучеров А. П. Объектное управление. Новационный и инновационный менеджмент в туризме. / А. П. Кучеров. – М.: Компания Спутник, 2009. – 208 с.
15. Любичева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти), 3-є вид., перероб. та доп. / О. О. Любичева. – Київ: Альтпрес, 2005. – 436с.
16. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме. / М. М. Маринин. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 144 с.
17. Максименко С. В. Туристская деятельность: международно- правовые аспекты. / С. В. Максименко. – Одесса: Латстар, 2001. – 168с.
18. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. – Київ: КНТЕУ, 2008. – 494 с.
19. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т. Г. Сокол. – Київ: Рокор, 2001. – 200 с.
20. Сухов Р. И. Организация работ туристского агентства: учеб. пособие / Р.И. Сухов. – М.: ИКЦ Март, 2005. – 144 с.

#### ***Періодичні видання***

21. Туризм: практика, проблеми, перспективи.
22. Українська туристична газета (UNG)

#### ***Інтернет-ресурси***

23. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua)
24. Офіційний сайт Державного агенства України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua)
25. Туристичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tour.com.ua](http://www.tour.com.ua)

Схвалено Вченою радою  
Східноєвропейського національного університету  
імені Лесі Українки  
Протокол №      від              2016 р.