

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЦЕНТР
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Туроперейтинг

обов'язкова професійна
за освітньо-професійною програмою «Туризм»
підготовки бакалавра
у галузі знань 24 «Сфера обслуговування»
за спеціальністю 242 «Туризм»
мова навчання – українська

Рекомендовано кафедрою менеджменту
на 2021- 2022 навчальний рік.

Протокол від «31» серпня 2021 року

№ 1

Силабус розроблений відповідно до Робочої програми навчальної
дисципліни «Туроперейтинг»

2021 рік

Загальна інформація про дисципліну

Анотація дисципліни

Навчальна дисципліна «Туроперейтинг» розкриває теоретичні та практичні основи туроперейтингу як системи взаємодії між суб'єктами туристичного ринку у справі створення, реалізації та організації споживання турпродукту. Дисципліна 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.

Інформація про науково-педагогічного працівника

Загальна інформація	Грабар Наталія Сергіївна, старший викладач кафедри менеджменту, к. держ. упр.
Контактна інформація	м. Харків, вул. Лермонтовська, 28, Робочий номер телефону – 707-18-02
E-mail	grabarns@gmail.com
Наукові інтереси	- ефективність менеджменту в туристичній діяльності; - маркетинг у туризмі; - система комунікації в управлінні організаціями туристичної галузі
Професійні здібності	- туристична індустрія, - методика взаємодії між всіма суб'єктами туристичного ринку; - функціонально-територіальна організація туристсько-екскурсійної діяльності, - формування сучасного ринку санаторно-курортних послуг
Наукова діяльність за освітнім компонентом	Google Scholar: https://scholar.google.com.ua/citations?user=lgvdj94AAAAJ&hl=uk ORCID: 0000-0002-8529-3505

Час та місце проведення занять з дисципліни

Аудиторні заняття з навчальної дисципліни «Туроперейтинг» проводяться згідно із затвердженим розкладом. Електронний варіант розкладу розміщено на сайті Університету (<http://rozklad.nuczu.edu.ua/timeTable/group>).

Консультації з навчальної дисципліни проводяться протягом семестру щопонеділка з 15.00 до 16.00 в аудиторії № 5 Навчально-науково-виробничого центру НУЦЗУ. В разі додаткової потреби здобувача вищої освіти (далі – здобувач) в консультації час погоджується з викладачем.

Мета вивчення дисципліни «Туроперейтинг» у системі підготовки фахівців сфери туризму є набуття 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.

Вивчення дисципліни «Туроперейтинг» забезпечує засвоєння матеріалу таких дисциплін загальної підготовки, як «Планування й організація туристичного бізнесу» та «Спеціалізований туризм», «Правове регулювання туристичної діяльності».

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Форма здобуття освіти денна
Статус дисципліни (обов'язкова загальна або обов'язкова професійна або вибіркова)	обов'язкова професійна
Рік підготовки	5-й
Семестр	9-й
Обсяг дисципліни:	
- в кредитах ЄКТС	4
- кількість модулів	
- загальна кількість годин	120
Розподіл часу за навчальним планом:	
- лекції (годин)	24
- практичні заняття (годин)	26
- семінарські заняття (годин)	-
- лабораторні заняття (годин)	-
- курсовий проект (робота) (годин)	-
- інші види занять (годин)	-
- самостійна робота (годин)	70
- індивідуальні завдання (науково-дослідне) (годин)	-
- підсумковий контроль (диференційний залік, екзамен)	екзамен

Передумови для вивчення дисципліни

Вивчення дисципліни «Туроперейтинг», ґрунтується на знаннях, набутих здобувачами в результаті вивчення низки дисциплін загальної підготовки та дисциплін спеціальних циклів на попередніх етапах навчання, таких як:

«Основи туризмознавства», «Інформаційні системи та технології в туристичній галузі», «Організація туристичного обслуговування»,

Результати навчання та компетентності з дисципліни

Відповідно до освітньої програми «Туризм», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити:

— досягнення здобувачами вищої освіти таких результатів навчання

Програмні результати навчання	ПРН
Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.	ПРО 6
Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.	ПРО 9
Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами) на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.	ПР1 1
Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.	ПР1 2
Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.	ПР1 4
Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.	ПР1 5
Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.	ПР1 8
Дисциплінарні результати навчання	
Набуття вмінь і знань щодо визначення об'єкту, предмету та головних завдань навчальної дисципліни.	
Засвоєння понятійно-категоріального апарату дисципліни.	
Набуття професійних знань та навичок щодо розробки та організації виконання програм перебування туристів.	
Формування у студентів системи знань і вмінь зі створення тур продукту туристичного підприємства та формування його асортименту	
Розкриття змісту технологічних ланок створення тур продукту.	
Набуття професійних знань та навичок щодо правил та порядку оформлення туристичних документів	
Набуття професійних знань та навичок з розробки туристичного продукту та його документального оформлення	
Набуття професійних знань щодо організації обслуговування туристів в офісі та на маршруті; Набуття професійних знань з налагодження оптимальної та продуктивної взаємодії між суб'єктами туристичного процесу.	

— формування у здобувачів вищої освіти наступних компетентностей:

Програмні компетентності (загальні та професійні)	ЗК, ПК
Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	ЗК03
Здатність працювати в міжнародному контексті.	
Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.	ЗК07
	ЗК08
Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.	ЗК09
Очікувані компетентності з дисципліни	
Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами. Уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.	ФК27

Програма навчальної дисципліни

Теми навчальної дисципліни:

МОДУЛЬ 1. ТЕХНОЛОГІЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ТА ТУР ПРОЕКТУВАННЯ

Тема 1.1. Основи туropolерейтингу

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни. Етапи розвитку туropolерейтингу. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора. Предмет діяльності туropolератора. Профіль роботи туropolератора. Схема організації роботи туropolератора по розробці і реалізації туристичного продукту.

Тема 1.2. Класифікація та види туropolераторів.

Основні типи туropolераторів. Оператори масового ринку. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послужі і сегменті ринку. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Місцеві туropolератори. Організація турів для внутрішнього туризму. Виїзні (ініціативні) туropolератори. Рецептивні туropolератори. Функції туropolераторів та турагентів.

Тема 1.3. Структура туристичного ринку.

Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макрорегіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристичної індустрії. Геопросторова організація світового туристичного ринку. Зовнішні та внутрішні фактори туropolерейтингу. Оцінка їх впливу.

Тема 2.1. Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі

Організація туropolераторського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування тур операторської та тур агентської діяльності.

Регуляторні вимоги щодо організації туropolераторського та турагентського бізнесу. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту.

Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.

Тема 2.2. Види та форми агентської роботи.

Класифікація турагентів. Види агентів. Агентські мережі. Власні бюро продажів туроператора та їх головні функції. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.

Тема 2.3. Формування збутової мережі туроператорів. Канали просування і реалізації турпродукту. Форми організації збуту туристського продукту. Роль турагентств в турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між тур агентом і туроператором. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентом. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.

Тема 2.4. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

Тлумачення терміну «аквізитор». Джерела аквізиції туристів. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

Тема 3.1. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.

Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора. Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг.

Тема 3.2. Графо-аналітичні моделі програм обслуговування.

Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей. Схеми роботи туроператора по реалізації та організації турів. Позичування турів та туроператорів на конкурентному ринку. Визначення портрету споживача й потреб туристів.

Тема 3.3. Стадії планування туристського 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 по вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення; засоби розміщення; тривалість туру.

Тема 3.4. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми.

Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.

Програма туристичного обслуговування. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів. Основні етапи розробки туристичного продукту. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова та ін.

Тема 3.5. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування.

Цілі програмного туризму з точки зору: туристського менеджменту; туристського маркетингу; технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів.

Розроблення туру та калькулювання його вартості. Бонусні програми туроператорів.

МОДУЛЬ 2. ЗМІСТ РОБІТ З ТУРПРОЕКТУВАННЯ

Тема 4.1. Правила формування програм перебування туристів.

Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів». Види програмних заходів та їх характеристика. Елементи програми туристичного обслуговування.

Тема 4.2. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Умови і принципи розробки туру. Вербальна модель туру. Процес розробки.

Правила розроблення програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.

Тема 4.3.

Перелік робіт по створенню туристичної пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.

Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.

Порядок і етапи розробки турпродукта. Основні і специфічні потреби туристів. Початкова диференціація туристських поїздок. Споживчі властивості туру.

Тема 5.1. 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.

Тема 5.2. Професійні стандарти працівників туристичної фірми.

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.

МОДУЛЬ 3. ПРИКЛАДНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Тема 6.1. Рецептивний туроперейтинг.

Поняття та зміст рецептивного туроперейтингу. Ресурси рецептивного туроперейтингу. Туристичні ресурси рецептивного туроперейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептивного туроперейтингу. Види туризму рецептивного українського туроперейтингу. Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів. Позичування турів і туроператорів на ринку.

Тема 6.2. Формування взаємовідносин з продуцентами

(підприємствами-виробниками) туристичних послуг.

Форми співпраці рецептивних туроператорів з продуцентами туристичних послуг. Формування каталогу пропозицій рецептивного туроператора. Особливості формування програм прийому та організації іноземних туристів. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туроператорів. Бонусні програми національних туроператорів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.

Тема 7.1. Ініціативний туроперейтинг.

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 тур продукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

Тема 7.2. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.

Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг. Брендуння, просування та організація збуту продукту ініціативного туроператора.

Тема 8.1. Консолідований туроперейтинг.

Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора. Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

Тема 8.2. Формування договірної плану туру.

Безвідзивний та відзивний комітмент. Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць в підприємствах тур індустрії. Комітмент. Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.

Тема 9.1. Організація туристичних подорожей туроператором.

Організація співпраці між туроператорами. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.

Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.). типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Наземне обслуговування. Процедура бронювання пакетних турів. Правила

оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

Тема 9.2.Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі.

Порядок бронювання через Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг. Порядок бронювання в режимі on-line. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Правила dead-line. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції. Види та форми розрахунків за туробслуговування. Взаємозалік та бартерні відносини в туризмі.

Тема 9.3.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. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі. Види та форми розрахунків за туробслуговування. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

Розподіл дисципліни у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять:

Назви модулів і тем	Форма здобуття освіти – очна (денна)					
	Кількість годин					
	Усього	у тому числі				
Лекції		Практичні (семінарські) заняття	Лабораторні заняття (інші види занять)	Самостійна робота	Модульна контрольна робота (МКР)	
9- й семестр						
Модуль 1. Основи курортології технологія туроперейтингу та Тур проектування. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.						
Тема 1.1. Основи туроперейтингу	7	2	2		3	
Тема 1.2. Класифікація та види туроператорів.	5	-	2		3	
Тема 1.3. Структура	3	-	-		3	

туристичного ринку.						
Тема 2.1. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі	7	2	2		3	
Тема 2.2. Види та форми агентської роботи.	3	-	-		3	
Тема 2.3. Формування збутової мережі туроператорів.	3	-			3	
Тема 2.4. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.	3				3	
Тема 3.1. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.	7	2	2		3	
Тема 3.2. Графо-аналітичні моделі програм обслуговування .	3	-	-		3	
Тема 3.3. Стадії планування туристського пакету.	3	-	-		3	
Тема 3.4. Етапи формування та	3				3	

реалізації туристичного продукту фірми.						
Тема 3.5. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування.	3				2	
Разом за модулем 1	51	8	8		35	МКР № 1
Модуль 2 Зміст робіт з турпроекування						
Тема 4.1. Правила формування програм перебування туристів	7	2	2		3	
Тема 4.2. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів.	7	2	2		3	
Тема 4.3 Перелік робіт по створенню туристичної пропозиції фірми.	5	2	-		3	
Тема 5.1. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві	5	-	2		3	
Тема 5.2. Професійні стандарти	7	2	2		3	

працівників туристичної фірми.						
Разом за модулем 2	31	8	8		15	МКР № 2
Модуль 3 Прикладний туроперейтинг						
Тема 6.1 Рецептивний туроперейтинг.	7	2	2		3	
Тема 6.2. Формування взаємовідносин продуцентами (підприємства пі-виробниками) туристичних послуг.	5	-	2		3	
Тема 7.1. Ініціативний туроперейтинг.	7	2	2		3	
Тема 7.2. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.	4		2		2	
Тема 8.1. Консолідований туроперейтинг.	4	2			2	
Тема 8.2. Формування договірною плану туру.	2				2	
Тема 9.1. Організація туристичних подорожей туроператором	6	2	2		2	
Тема 9.2. Основні види автоматизованих систем бронювання та	2	-			2	

резервування в туризмі.						
Разом за модулем 3	38	8	10		19	МКР № 3
Разом	120	24	26		70	

Теми семінарських занять – не передбачено навчальним планом

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Основи туроперейтингу	2
2.	Класифікація та види туроператорів.	2
3.	Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі	2
4.	Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.	2
5.	Правила формування програм перебування туристів	2
6.	Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів.	2
7.	Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві	2
8.	Професійні стандарти працівників туристичної фірми.	2
9.	Рецептивний туроперейтинг.	2
10.	Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємства пі-виробниками) туристичних послуг.	2
11.	Ініціативний туроперейтинг	2
12.	Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.	2
13.	Організація туристичних подорожей туроператором	2
	Разом	26

Теми лабораторних занять – не передбачено навчальним планом

Орієнтовна тематика індивідуальних завдань – не передбачено навчальним планом

Оцінювання освітніх досягнень здобувачів вищої освіти

Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- екзамен;
- тести;

- реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах.

Оцінювання рівня освітніх досягнень здобувачів за освітніми компонентами, здійснюється за 100-бальною шкалою, що використовується в НУЦЗ України з переведенням в оцінку за рейтинговою шкалою – ЄКТС та в 4-бальну шкалу.

Таблиця відповідності результатів оцінювання знань з навчальної дисципліни за різними шкалами

За 100-бальною шкалою, що використовується в НУЦЗ України	За рейтинговою шкалою (ЄКТС)	За 4-бальною шкалою
90–100	A	відмінно
80–89	B	добре
65–79	C	
55–64	D	задовільно
50–54	E	
35–49	FX	незадовільно
0–34	F	

Критерії оцінювання

Форми поточного та підсумкового контролю

Поточний контроль результатів навчання здобувачів освіти проводиться у формі фронтального та індивідуальне опитування, проведення термінологічних диктантів, виконання письмових завдань, модульної контрольної роботи, тестів.

Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену.

Розподіл та накопичення балів, які отримують здобувачі, за видами навчальних занять та контрольними заходами з дисципліни

Види навчальних занять	Кількість навчальних занять	Максимальний бал за вид навчального заняття	Сумарна максимальна кількість балів за видами навчальних занять	
I. Поточний контроль				
Модуль 1	лекції	4	1	4
	практичні заняття*	4	4	16
	за результатами виконання модульних робіт	1	5	5

	(модульний контроль)*			
Разом за модуль 1				25
Модуль 2	лекції	4	1	4
	практичні заняття*	6	4	24
	за результатами виконання модульних робіт (модульний контроль)*	1	5	5
Разом за модуль 2				33
Модуль 3	лекції	3	1	3
	практичні заняття*	3	4	12
	за результатами виконання модульних робіт (модульний контроль)*	1	5	5
Разом за модуль 3				17
Конспект лекцій				5
Разом за поточний контроль				80
II. Індивідуальні завдання (науково-дослідне)				-
III. Підсумковий контроль (екзамен, диференційний залік, курсовий проєкт (робота)*)				20
Разом за всі види навчальних занять та контрольні заходи				100

*Пояснення:** види навчальних занять та контрольні заходи для обов'язкового виконання.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми освітнього процесу: поточне оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи; оцінка (бали) за самостійну роботу; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, виконання досліджень, підготовку наукових публікацій тощо.

Поточний контроль.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях та набутих практичних навичок під час виконання практичних робіт.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів на лекційному занятті (оцінюється в діапазоні від 0 до 1 балів):

1 бал – здобувач приймає активну участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, демонструє здатність самостійного пошуку відповідей, здійснення аналізу наданого матеріалу, надає правильні відповіді на питання викладача;

0 балів – здобувач не приймає участь в обговоренні питань, не знає відповіді на поставлені питання або побіжно розкрив лише окремі положення.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів на практичному занятті (*оцінюється в діапазоні від 0 до 4 балів*):

4 бали – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Розвиває власну думку, самостійно добирає приклади;

3 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності;

2 бали – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності та помилки;

1 бал – частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки;

0 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє зміст теоретичних питань та практичних завдань, не знає відповіді на поставлені питання або побіжно розкрив лише окремі положення.

Викладачем оцінюється самостійність думок, логіка викладу та якість аргументації, повнота розкриття навчальних питань, культура мовлення і діалогу, використання навчальної, наукової та спеціальної літератури, вміння виділяти головне, узагальнювати, робити висновки.

Модульний контроль.

Модульний контроль проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів за період навчання. Здійснюється шляхом проведення тестування або письмових контрольних робіт під час аудиторних занять.

Тестування – метод оцінювання навчальних досягнень здобувачів, допомагає виявити наявність певних знань, умінь і навичок, засвоєних здобувачами під час аудиторних занять. Застосовуються тестові завдання закритої (з вибором однієї або кількох правильних відповідей) та відкритої (не мають запропонованих варіантів відповідей) форми. Тестування складається з окремих тестів. Тести охоплюють набір завдань, що

відповідають структурі та змісту змістового модуля навчальної дисципліни.

Контрольна робота – письмова робота, виконана студентом за відповідною темою. В роботі має бути розкритий зміст теоретичних питань, визначених викладачем. Тривалість виконання контрольної роботи – 1 академічна година. Роботи виконуються у присутності викладача. Контрольні роботи перевіряються викладачем протягом тижня, після чого оголошуються оцінки.

Критерії оцінювання знань здобувачів під час виконання модульних контрольних робіт (*оцінюється в діапазоні від 0 до 5 балів*):

5 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає під час письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, розвиває власну думку, самостійно добирає приклади. Правильно вирішив усі тестові завдання;

4 бали – здобувач достатньо володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань;

3 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності. Правильно вирішив половину тестових завдань;

2 бали – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив меншість тестових завдань;

1 бал – частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання;

0 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє зміст теоретичних питань та практичних завдань, не знає відповіді на поставлені питання або побіжно розкрив лише окремі положення. Не вирішив жодного тестового завдання.

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль успішності проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі, проводиться в усній формі – екзамену.

Кожна відповідь на екзамені складається з трьох теоретичних питань. Відповідь повинна містити: формулювання сутності основних понять, сутності, структури і функцій інфраструктури туризму, концептуальних засад становлення, розвитку, організації та функціонування загальної та

спеціальної інфраструктури туризму, порівняння українських, європейських та світових практик із організації взаємодії туристичних підприємств із підприємствами, що надають послуги перевезення, розміщення та харчування в туризмі, а також формулювання висновків. Питання оцінюються за повнотою відповіді.

Критерії оцінювання знань здобувачів на екзамені *(оцінюється від 0 до 20 балів)*:

17–20 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань;

13–16 бали – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, в основному розкриває зміст теоретичних питань. При викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

9–12 балів – у цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст, але поверхово аналізує матеріал без глибокого всебічного аналізу, без обґрунтування та аргументації, при цьому допускає окремі суттєві неточності та помилки.

5–8 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

1–4 балів – частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості теоретичних питань. Відповіді загальні, при цьому допускаються суттєві помилки.

0 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань.

Перелік теоретичних питань для підготовки до екзамену:

1. Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни туropolерейтингу.
2. Етапи розвитку туropolерейтингу.
3. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора.
4. Предмет діяльності туropolератора. Профіль роботи туropolератора.
5. Схема організації роботи туropolератора по розробці і реалізації туристичного продукту.
6. Класифікація та види туropolераторів.
7. Основні типи туropolераторів.
8. Оператори масового ринку.
9. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послугі і сегменті ринку.
10. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення.
11. Місцеві туropolератори.
12. Організація турів для внутрішнього туризму. Виїзні (ініціативні) туropolератори.

- 13.Рецептивні туроператори. Функції туроператорів та турагентів.
- 14.Структура туристичного ринку.
- 15.Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика.
- 16.Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму.
- 17.Світовий та макрорегіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристичної індустрії.
- 18.Геопросторова організація світового туристичного ринку.
- 19.Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка їх впливу.
- 20.Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі.
- 21.Організація туроператорського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги.
- 22.Вимоги щодо ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.
- 23.Регуляторні вимоги щодо організації туроператорського та турагентського бізнесу.
- 24.Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту.
- 25.Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
- 26.Класифікація турагентів. Види агентів. Агентські мережі. Власні бюро продажів туроператора та їх головні функції.
- 27.Види ринкових каналів просування туристичного продукту.
- 28.Формування збутової мережі туроператорів. Канали просування і реалізації турпродукту.
- 29.Форми організації збуту туристського продукту.
- 30.Роль турагентств в турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між тур агентом і туроператором.
- 31.Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентом. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.
- 32.Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.
- 33.Тлумачення терміну «аквізитор». Джерела аквізиції туристів. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.
- 34.Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.
- 35.Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора.
- 36.Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг.
- 37.Графо-аналітичні моделі програм обслуговування.
- 38.Алгоритм розроблення програми обслуговування.
- 39.Планування туристичних подорожей.
- 40.Схеми роботи туроператора по реалізації та організації турів.
- 41.Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку.
- 42.Визначення портрету споживача й потреб туристів.
- 43.Стадії планування туристського пакету.

44. Договірний план та переговори з постачальниками послуг.
45. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми.
46. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.
47. Програма туристичного обслуговування. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів.
48. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів.
49. Основні етапи розробки туристичного продукту.
50. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова та ін.
51. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування.
52. Цілі програмного туризму з точки зору: туристського менеджменту; туристського маркетингу; технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів.
53. Розроблення туру та калькулювання його вартості. Бонусні програми туроператорів.
54. Правила формування програм перебування туристів.
55. Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів».
56. Види програмних заходів та їх характеристика. Елементи програми туристичного обслуговування.
57. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Умови і принципи розробки туру. Вербальна модель туру. Процес розробки.
58. Правила розроблення програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.
59. Перелік робіт по створенню туристичної пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.
60. Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.
61. Порядок і етапи розробки турпродукта. Основні і специфічні потреби туристів. Початкова диференціація туристських поїздок. Споживчі властивості туру.
62. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві.
63. Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.
64. Форми та стилі обслуговування клієнтів.
65. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.
66. Професійні стандарти працівників туристичної фірми.
67. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання

- комунікативних бар'єрів.
68. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.
 69. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.
 70. Рецептний туropolерейтинг. Поняття та зміст рецептного туropolерейтингу.
 71. Ресурси рецептного туropolерейтингу. Туристичні ресурси рецептного туropolерейтингу в Україні.
 72. Туристичні центри та дестинації рецептного туropolерейтингу. Види туризму рецептного українського туropolерейтингу.
 73. Диференціація пропозицій рецептних туropolераторів. Позиціонування турів і туropolераторів на ринку.
 74. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг.
 75. Форми співпраці рецептних туropolераторів з продуцентами туристичних послуг. Формування каталогу пропозицій рецептного туropolератора.
 76. Особливості формування програм прийому та організації іноземних туристів. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептних туropolераторів.
 77. Бонусні програми національних туropolераторів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.
 78. Ініціативний туropolерейтинг.
 79. Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Етапи дослідження.
 80. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.
 81. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.
 82. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.
 83. Формування каталогу пропозицій ініціативного туropolератора.
 84. Розподіл робіт між службами та підрозділами туropolератора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг.
 85. Брендунання, просування та організація збуту продукту ініціативного туropolератора.
 86. Консолідований туropolерейтинг.
 87. Світовий ринок туropolераторів консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туropolерейтинг.
 88. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу.
 89. Формування договірної плану туру.
 90. Безвідзивний та відзивний комітмент. Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць в підприємствах тур індустрії.
 91. Комітмент. Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туropolераторами та турагентами.
 92. Організація туристичних подорожей туropolератором.
 93. Організація співпраці між туropolераторами.
 94. Робота міжнародного туropolератора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.

95. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.).
96. Типова форма (зміст договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу.
97. Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств.
98. Наземне обслуговування. Процедура бронювання пакетних турів.
99. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування.
100. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.
101. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі.
102. Порядок бронювання через Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг.
103. Види та форми розрахунків за туробслуговування. Взаємозалік та бартерні відносини в туризмі.
104. Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження.
105. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг.
106. Види та форми розрахунків за туробслуговування. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

Під час проведення екзамену викладач оцінює також якість і повноту викладення матеріалу в конспекті здобувача. Конспект лекцій – це стислий писаний зміст/виклад курсу лекцій однієї навчальної дисципліни; систематично, коротко, логічно й зв'язано передає зміст лекцій курсу; спосіб роботи з текстом, мета якого – зафіксувати й опрацювати його. Кожний здобувач зобов'язаний вести конспект на кожній лекції, стисло занотовуючи поданий викладачем матеріал.

Критерії оцінювання змісту конспектів лекцій здобувача (*оцінюється в діапазоні від 0 до 5 балів*):

5 балів – конспект лекцій з навчальної дисципліни в наявності, питання лекцій та самостійної роботи викладені здобувачем у повному обсязі; здобувач глибоко та всебічно володіє матеріалом конспектом, легко орієнтується у ньому;

4 бали – конспект лекцій з навчальної дисципліни в наявності, питання лекцій та самостійної роботи викладені здобувачем у повному обсязі; здобувач достатньо володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки;

3 бали – конспект лекцій з навчальної дисципліни в наявності, питання лекцій та самостійної роботи викладені здобувачем не в повному обсязі; в цілому здобувач володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки;

2 бали – конспект лекцій з навчальної дисципліни в наявності, питання лекцій та самостійної роботи викладені здобувачем не в повному обсязі; здобувач також не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, орієнтуючись у ньому з великими труднощами, фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає матеріал лекції, допускаючи при цьому помилки;

1 бал – конспект лекцій з навчальної дисципліни в наявності, питання лекцій та самостійної роботи викладені здобувачем частково; поверхневим є володіння здобувачем навчальним матеріалом, він не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки;

0 балів – конспект лекцій з навчальної дисципліни відсутній.

Політика викладання навчальної дисципліни

1. Здобувач зобов'язаний наполегливо оволодівати знаннями, на занятті бути уважним, брати активну участь у роботі під час занять, бути попередньо підготовленим до практичних занять за рекомендованою літературою, якісне і своєчасне виконувати всі завдання.

2. Здобувач повинен сумлінно виконувати розклад занять з навчальної дисципліни. Пропуски занять без поважної причини та запізнення на заняття не допустимі (здобувачі, які запізнилися, до заняття не допускаються).

3. Здобувач має бути дисциплінованим й організованим, дотримуватись правил суспільного життя. Розмовляти, повертатися та вставати з місця на заняттях можна лише з дозволу викладача. Здобувач не повинен на занятті заважати підказками, виправляти відповідь товариша можна тільки з дозволу викладача.

4. З навчальною метою під час заняття мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями дозволяється користуватися тільки з дозволу викладача.

5. Здобувач повинен виконувати вимоги щодо термінів виконання поставлених завдань, захисту робіт, ліквідації заборгованостей. При виконанні робіт до захисту допускаються ті роботи, у яких дотримується політика академічної доброчесності та які містять не менше 60 % оригінального тексту при перевірці на плагіат. Несвоєчасне виконання поставленого завдання/роботи знижує максимальний бал (оцінку) за завдання на 20 %.

6. Здобувач має право дізнатися про свою кількість накопичених балів у викладача навчальної дисципліни та вести власний облік цих балів.

7. Здобувач має берегти й зміцнювати власність Університету.

Література:

1. Алієна-Барановська В.М. Міжнародний туризм: навчальний посібник-довідник / В. М. Алієна-Барановська, І. І. Дахно. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 344 с.
2. Айгистова О. В. Введение в бизнес туроперейтинга / О. В. Айгистова, Ю. В. Забаев, А. И. Сеселкин– М.: РМАТ, 1996. – 135 с.
3. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська – К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
4. Борисов К. Г. Международный туризм и право: учеб. пособие / К. Г. Борисов – М.: НИМП, 1999. – 352 с.
5. Бабарицька В. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник / В. К. Бабарицька, О. Малиновська. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: Альтерпрес, 2008. – 288 с.
6. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства: навчальний посібник / Р. І. Балашова – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 184 с.
7. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: навчальний посібник / О. О. Бейдик. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Альтерпрес, 2011. – 462 с.
8. Демьяненко С. Р. Основы бизнес-планирования туристской фирмы: учебно-метод.пособие / С. Р. Демьяненко – М.: Советский спорт, 2002. – 304 с.
9. Дурович А. П.Организация туризма: учебное пособие / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева – Мн.: Новое знание, 2003. – 623 с.
- 10.Ефремова М. В. Основы технологии туристского бизнеса: учебное пособие / М. В. Ефремова – М.: Ось-89, 1999. – 192 с.
- 11.Жарков Г.Н. Правовое обеспечение международного туризма: учебно-практическое пособие / Г. Н. Жарков. – К.: Кондор, 2012. – 486 с.
- 12.Индустрия туризма: В 2-х кн. / Б.С.Житнигор, В.В.Павлов; УАН, Академия совр. искусства. – Бендеры: Полиграфист, 2008. – 241 с.
- 13.Інноваційні шляхи розвитку культурно-туристичних регіонів та ринків: збірник наукових праць / Ін-т економіко-правових досліджень. – Донецьк: Юго-Восток, 2007. – 307 с.
- 14.Ильина Е. Н. Деятельность туристских агентств. Туристский рынок и предпринимательство: учебное пособие / Е. Н. Ильина – М.: Советский спорт, 2004. – 64 с.
- 15.Ильина Е. Основы туристской деятельности / Е. Н. Ильина – М.: Советский спорт, 2000. – 200 с.
- 16.Ильина Е. Туризм-путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес: Учебник для турист. колледжей и вузов / Е. Н.

- Ильина – М., 1998. – 170 с.
17. Ильина Е. Туроперейтинг. Организация деятельности / Е. Н. Ильина – М.: ФиС, 2001. – 256 с
 18. Исмаев Д. К. Краткий словарь технологических терминов международного туризма / Исмаев Д. К. – М.: ВШТГХ, 1994. – 96 с.
 19. Исмаев Д. К. Работа туристской фирмы по организации зарубежных поездок: учеб. пособие / Исмаев Д. К. – М.: ЛУЧ, 1996. – 136 с.
 20. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: підручник / В. К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010. – 502 с.
 21. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навчальний посібник В.Ф. Кифяк; В. Ф. Кияк. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2008. – 344 с.
 22. Ковальчук А. С. Організація і технологія обслуговування туристів туристичною фірмою: навчально-методичний посібник / А.С. Ковальчук – Львів: ВКП "ВМС", 2005. – 212 с.
 23. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма / Н. И. Кабушкин – Мн., 2001. – 140 с.
 24. Кононыхин С. В. Техника и технология услуг туристического бизнеса: Конспект лекций. – Ч.І. / С. В. Кононыхин – Донецк: ДНТБ, 2000. – 138 с.
 25. Кононыхин С. В. Техника и технология услуг туристического бизнеса: Конспект лекций – Ч.ІІ. / С. В. Кононыхин – Донецк: ДНТБ, 2001. – 151 с.
 26. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навчальний посібник / О. О. Любіцева. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Альтерпрес, 2008. – 300 с.
 27. Левицкая Э. В. Организация предпринимательства в туризме: Учебное пособие / Э. В. Левицкая – Донецк: ДИТБ, 2000. – 312 с.
 28. Менеджмент туризма: Учебник для студентов / под ред. В. А. Квартальнова. – М.: РМАТ, 1996. – 227 с.
 29. Максименко С.В. Туристическая деятельность: международно-правовые аспекты: Монография / С.В. Максименко. – Одесса: Латстар, 2001. – 174 с.
 30. Мальська М.П. В.В..Худо. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська; Худо. – 2-ге вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
 31. Мальська М.П. Організація туристичного обслуговування: підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. – К.: Знання, 2011. – 275 с.
 32. Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навчальний посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
 33. Мальська М.П. Планування туристичної діяльності: підручник/ М. П. Мальська, О. Ю. Бордун; Міністерство Освіти і науки України. – К.: Знання, 2010. – 310 с.
 34. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика: навчальний посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.

35. Мельниченко С.В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії: опорний конспект лекцій: навчально-методичне видання / С. В. Мельниченко, Н. І. Ведмідь; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України; Київський національний торговельно-економічний університет; Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. – К.: КНТЕУ, 2011. – 47 с.
36. Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туристичній індустрії: опорний конспект лекцій: навчально-методичне видання / С. В. Мельниченко, Н. І. Ведмідь, М. В. Босовська; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України; Київський національний торговельно-економічний університет; Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. – К.: КНТЕУ, 2011. – 55 с.
37. Міжнародний туризм: навчальний посібник/ Т. В. Божидаркін [и др.]. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 312 с.
38. На допомогу підприємцеві туристичної галузі: Методичний посібник: У 2 ч. – Ч. I-II. – К., 2005.
39. Нормативно-правові акти України з питань туризму: Збірник законодавчих та нормативних актів / Упоряд. М. І. Камлик. – К.: Атіка, 2004. – 464 с.
40. Офіційний вісник України: Щотижневий збірник актів законодавства / Міністерство юстиції України. – К., 2003-2013.
41. Организация туристской деятельности: учебное пособие / В. Г. Гуляев – М.: Нолидж, 1996. – 312 с.
42. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / під заг. ред. проф. В. К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 640 с.
43. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навчальний посібник / Т. Г. Сокол – К.: Рокор, 2001. – 200 с.
44. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посібник / Ін-т туризму ФПУ. – 2-е вид. / Т. Г. Сокол – К.: Музична Україна, 2002. – 256 с.
45. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності / Т.Г.Сокол; за заг.ред. Орлова В.Ф. – К.:Грамота, 2006. – 264 с.
46. Україна. Закони. Законодавство України про туризм і готельну справу: збірник офіційних текстів законів станом на 2 вересня 2012 року / Україна. Закони. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 242 с.
47. Ушаков Д. С. Прикладной туруперейтинг: учебное пособие / Ушаков Д.С. – Ростов-н/Д. – М.: ИЦ “МарТ”, 2004. – 416 с.
48. Чорненька Н. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник / Н. Чорненька. - 3-тє вид., доп. і перероб. – К.: Атіка, 2009. – 392 с.
49. Холловой Дж. К. Туристический бизнес/ Дж. К. Холловой, Н. Тейлор ; пер. с 7-го англ. изд. Т. А. Черной, А. А. Кожевниковой. – 7-изд. – К.: Знання, 2007. – 798 с.
50. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова – М.: Финансы и статистика, 2002. – 228 с.

1. Інформаційні ресурси:

- 51.Бібліотека Національного університету цивільного захисту України
URL :<http://library.nuczu.edu.ua/>.
- 52.Про курорти : Закон України від 05 жовтня 2000 р. № 2026-III із змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 19 січня 2006 року N 3370-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourlib.net/zakon/concept2.htm>
- 53.Всесвітня рада з туризму і подорожей (The World Travel & Tourism Council) (англ.) URL : http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/index.php.
- 54.Всесвітня туристична організація URL : www.unwto.org.
- 55.Державний комітет статистики України URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- 56.Законодавство України URL : <http://www.rada.kiev.ua/>
- 57.Інформаційний портал Країни Світу URL: <https://ru.countries.world/>.
- 58.Інформаційний портал мандрівника URL : <http://restinworld.ru/countries/index.html>.
- 59.Кабінет Міністрів України URL : <http://www.kmu.gov.ua/>.
- 60.Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>.
- 61.Харківська державна наукова бібліотека ім. В.Г. Короленка URL : <http://korolenko.kharkov.com/>.
- 62.Харківська обласна універсальна наукова бібліотека URL : <http://library.kharkov.ua/>.
- 63.Енциклопедія «Вокруг света» URL : <http://www.vokrugsveta.ru/encyclopedia/>.

Розробник:

старший викладач кафедри менеджменту
к. держ. упр.



Наталія ГРАБАР