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»

Рекомендовано кафедрою менеджменту

на 2022-2023 навчальний рік.

Протокол від «*29*» *серпня* 2022 року

№ 1

Силабус розроблений відповідно до Робочої програми навчальної дисципліни «Туроперейтинг»

2022 рік

Загальна інформація про дисципліну

Анотація дисципліни

Необхідність вивчення навчальної дисципліни «Туроперейтинг» продиктована сучасними тенденціями розвитку ринку туристичних послуг, створення нових умов господарської діяльності для туристичних підприємств. Загострення конкуренції за споживача змушує туристичні фірми по-новому підходити до розробки й формуванню турів. Туроперейтинг є новим поглядом на проблему формування туристичних пропозицій, оскільки базується не лише на засобах комплектації послуг, виборі партнерів і постачальників, але й, насамперед, на маркетинговому підході до діяльності туристичних підприємств в цій галузі. Від вивчення запитів споживача до створення туристичного продукту, який максимально повно відповідає цим запитам, – ось новий погляд на формування та надання комплексу туристичних послуг.

Даний курс має важливе практичне значення, оскільки відображає діяльність кампаній туроператора в сучасних умовах. Знання отримані під час вивчення навчальної дисципліни сприяють розвитку аналітичного професійного мислення та дозволяють підготувати фахівця вищої кваліфікації, сформовані компетенції якого дозволяють використовувати сучасні методи проектування різноманітних туристичних турів і маршрутів.

Інформація про науково-педагогічного працівника

Загальна інформація	Поступна Олена Вікторівна, доцент кафедри менеджменту, доктор наук з державного управління, професор
Контактна інформація	м. Харків, вул. Лермонтовська, 28, Робочий номер телефону – 707-18-02
E-mail	postupna@nuczu.edu.ua
Наукові інтереси	─ теоретичні та практичні аспекти туроперейтингу; ─ організаційно-управлінські аспекти діяльності туроператорів; ─ міжнародний туроперейтинг
Професійні здібності	─ професійні знання і значний досвід теоретико-методологічних питань управлінської діяльності; ─ значний досвід проведення навчальних занять у вищій школі із застосуванням творчих форм роботи
Наукова діяльність за освітнім компонентом	Google Scholar: https://scholar.google.com.ua/citations?user=DJIY8VoAAAAJ&hl=ru ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0622-0966

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 щовівторка з 13.00 до 14.00 в аудиторії № 5 Навчально-науково-виробничого центру НУЦЗУ. В разі додаткової потреби здобувача в консультації час погоджується з викладачем.

Мета вивчення дисципліни: засвоєння здобувачами вищої освіти (далі – здобувачі) знань з організаційно-управлінських основ туроператорської діяльності; формування у здобувачів цілісного уявлення о принципах організації обслуговування туристів, методах аналізу туристичного ринку для ефективної розробки (проектування) туристичного продукту, умовах запровадження нових технологій, орієнтованих на запити споживача; формування у здобувачів компетентностей у галузі туроперейтингу, необхідних для успішного використання сучасних концепцій і технологій у сфері професійної діяльності на практиці.

Вивчення дисципліни «Туроперейтинг» забезпечує засвоєння матеріалу дисциплін обов'язкової професійної компоненти освітньо-професійної програми «Туризм», таких як «Інфраструктура туризму», «Організація екскурсійної діяльності» та «Менеджмент туризму».

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Форма здобуття освіти очна (денна)
Статус дисципліни *(обов'язкова загальна або обов'язкова професійна або вибіркова)*	*обов'язкова професійна*
Рік підготовки	2-й
Семестр	3-й
Обсяг дисципліни:	
- в кредитах ЄКТС	4
- кількість модулів	2
- загальна кількість годин	120
Розподіл часу за навчальним планом:	
- лекції (годин)	24
- практичні заняття (годин)	28
- семінарські заняття (годин)	-
- лабораторні заняття (годин)	-
– курсовий проект (робота) (годин)	-
- інші види занять (годин)	-
- самостійна робота (годин)	68
- 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 дисциплін обов'язкової компоненти освітньо-професійної програми «Туризм» на попередніх етапах навчання, таких як «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» та «Краєзнавство, країнознавство та географія туризму».

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
1	2
Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.	ПР01
Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.	ПР02
Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.	ПР06
Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.	ПР09
Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами) на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.	ПР11
Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.	ПР12
Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.	ПР14
Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.	ПР15
Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.	ПР18
Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.	ПР19
Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.	ПР20
Дисциплінарні результати навчання	
Пояснювати сутність, структуру і функції туроперейтингу.	
Набуття професійних знань та навичок щодо розробки та організації виконання програм перебування туристів.	
Формування системи знань і вмінь зі створення та просування турпродукту.	

1	2
Мати уявлення щодо ідей і поглядів про діяльність міжнародних, регіональних та національних організацій у сфері туризму та їхньої ролі в регулюванні й управлінні туристичною діяльністю.	
Об’єктивно характеризувати організацію взаємодії туристичних підприємств із підприємствами, що надають послуги перевезення, розміщення та харчування в туризмі.	
Застосовувати сучасні інформаційні технології, що використовуються на туристському підприємстві, можливості Інтернету у формуванні, просуванні реалізації туристського продукту.	
Виявляти і характеризувати особливості функціонування туристичної інфраструктури з метою забезпечення потреб туристів.	
Забезпечувати безпеку туристичної подорожі та страхування в туризмі.	
Формувати ефективну комунікаційну стратегію.	
Пояснювати та обґрунтовувати шляхи забезпечення конкурентоспроможності підприємств туристичної індустрії.	
Здатність ефективно працювати в національному та міжнародному контексті, як особистість і як член команди.	
Нести відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди.	

– формування у здобувачів вищої освіти наступних компетентностей:

Програмні компетентності (загальні та професійні)	ЗК, ПК
Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).	К20
Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами. Уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.	К27
Очікувані компетентності з дисципліни	
Розуміння застосовуваних принципів, процесів і технологій організації роботи суб’єкта туристичної індустрії та її підсистем.	
Здатність розуміння потреби споживачів туристичних послуг.	
Практичні навички вирішення складних завдань, реалізації складних проектів в туристичній сфері і проведення досліджень відповідно до спеціалізації.	

Програма навчальної дисципліни

Теми навчальної дисципліни:

МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Тема 1.1. Сутність туроперейтингу.

Основні поняття туроперейтингу (туроперейтинг, туристичний продукт, туроператор, турагент). Види туроперейтингу: аутгоїнг-туроперейтинг, інкамінг-туроперейтинг, інсайт-туроперейтинг. Суб'єкти туроперейтингу.

Класифікація та види туроператорів за різними ознаками (за спеціалізацією; за видом діяльності; за координацією з іншими суб'єктами туристичної індустрії; за організаційно-правовою формою).

Основні види діяльності туроператорів.

Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Елементи зовнішнього середовища, його види. Фактори впливу на зовнішнє середовище прямої та непрямої дії; статистичні та динамічні, фактор сезонності. Характеристика зовнішнього середовища (складність, взаємозв'язок чинників, рухливість, турбулентність, некерованість).

Внутрішнє середовище туроперейтинга, його фактори (цілі, ресурси, завдання, технологія). Економічні ресурси: трудові, фінансові, матеріальні.

Тема 1.2. Прикладний туроперейтинг (рецептивний, ініціативний).

Поняття і зміст рецептивного туроперейтингу. Рецептивний туроперейтинг (інкамінг) як найбільш пріоритетний напрямок туроперейтингу. Схема функціонування рецептивного туроператора. Характерні риси рецептивного туроперейтингу як виду туристичної діяльності. Організація в'їзного туризму. Передумови розвитку рецептивного туроперейтингу в Україні.

Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів. Зміст понять «диференціювання» та «диференціація пропозицій». Підстави для диференціації турів.

Формування взаємовідносин з продуцентами туристичних послуг. Аналогічні положенням типового договору з продуцентами послуг: предмет договору, основні умови, права й обов'язки постачальника послуг, права й обов'язки туроператора, відповідальність сторін, форсмажорні обставини, юридичні адреси і реквізити партнерів.

Договірні взаємовідносини з готельними підприємствами, підприємством харчування, автотранспортними підприємствами, авіакомпаніями, залізницею, екскурсійними бюро, музеєм.

Поняття і зміст ініціативного туроперейтингу (аутгоїнг-туроперейтинг). Складність роботи аутгоїнгу. Види аутгоїнгових туроператорів (флатер (абсолютні і відносні флатери), презентовані й репрезентативні).

Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Методи оцінки. Критерії маркетингового аналізу для проведення маркетингових досліджень ринку туристичних послуг країни-партнера.

Тема 1.3. Туроперейтинг та агентський бізнес у туризмі.

Організація туроператорського і турагентського бізнесу. Норми загального і спеціального законодавства. Ліцензування туристичної діяльності. Організаційні вимоги ліцензіата при провадженні туроператорської діяльності. Обов'язки суб'єктів туристичної діяльності.

Державні стандарти України, що встановлюють вимоги та правила здійснення діяльності суб'єктами туристичної індустрії. Міжнародно-правові документи, які покладено в основу національного законодавства в сфері туризму. Міждержавні стандарти, що встановлюють вимоги до організації роботи суб'єктів туристичної діяльності.

Організаційна структура туроператора і турагента. Загальна структура туристичного підприємства. Виробнича структура туристичного підприємства. Види виробничої структури (без цехова, цехова, корпусна, комбінатська). Структурний підрозділ та його види. Типи організаційних структур управління (лінійна, функціональна, дивізіонально-регіональна).

Види і сутність турагентської роботи. Просування туристичного продукту туристичним агентом. Бронювання туристичного продукту або окремих туристичних послуг. Реалізація туристичного продукту тур агентом. Форми реалізації туристичного продукту (інклюзив тур, індивідуальний тур). Надання туристам інформації. Доставка туристичних документів. Надання посередницьких послуг із страхування.

Контрактні відносини між туроператором і турагентом. Предметом агентського договору. Бронювання послуг. Структура агентського договору. Права та обов'язки сторін. Порядок взаєморозрахунків. Відповідальність сторін. Претензії до якості туристичного продукту. Умови відмови від туристичного продукту. Умови конфіденційності. Форсмажорні обставини.

Тема 1.4. Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора.

Сутність, особливості та складові туристичного продукту. Сутність та види туристичних послуг. Комплекс туристичних послуг. Туристична дестинація.

Тур-пакет: поняття та основні характеристики. Складові тур-пакету. Порівняльна характеристика послуг, що надаються авіапасажирам різних класів. Вимоги до номерів.

Технологія проектування туристичних послуг. Етапи проектування.

Етапи створення нового туру. Формування програми туру та його документальне оформлення.

Життєвий цикл туристичного продукту. Етапи життєвого циклу тур продукту.

Тема 1.5. Технологія створення туристичного продукту.

Сутність і послідовність робіт з туроперейтингу. Проектування турів (туристичних продуктів). Просування туристичного продукту. Збут тур продукту. Реалізація турів.

Проектування турів. Технічні і технологічні вимоги у туристичній індустрії. Етапи проектування туру (сегментування ринку, аналіз потреб кожного визначеного сегмента ринку, визначення можливостей туроператора, вибір фокус-груп та деталізація їх потреб, позиціонування туру). Чинники, що враховують при формуванні турпродукту. Документація

на турпроект. Технологічна документація на турпроект. Проектування контролю за якістю. Методи контролю за якістю.

Планування туристичного продукту. Формування субплану. Договірний план. Структура контракту між туроператором та постачальником туристичної послуги. Просування туристичного продукту. Цілі просування туру. Інструменти просування турпродукту. Реклама турпродукту, її типи. PR-компанія.

Збут туристичних продуктів. Етапи та канали збуту турпродуктів. Основні функції посередників збуту. Стимулювання збуту. Інструменти стимулювання споживачів турпродукту. Реалізація турпродуктів.

Розрахунок вартості туристичного продукту. Варіанти ціноутворення на турпродукт. Складові вартості туристичного продукту. Знижки на турпродукт. Комерційний курс туроператора.

Тема 1.6. Формування програм перебування туристів.

Сутність програмного обслуговування в туризмі. Програмне обслуговування. Програми обслуговування. Види сніданку. Типові ознаки послуг турпакета.

Технологія організації турів. Етапи організації туристичної подорожі. Глобальні системи бронювання. Національні системи бронювання. Завдання керівників груп, гідів. Функції представника туристичної фірми за кордоном. Вимоги до гідів та представників туроператора. Методи контролю за якістю.

Програми перебування туристів, її елементи (цільові, додаткові, супутні заходи, технологічні зупинки). Основні принципи та вимоги до формування програми перебування. Позиції, які визначають при формуванні програми перебування.

МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА

Тема 2.1. Організація діяльності з обслуговування туристів.

Організація обслуговування туристів у готельних закладах. Етапи технологічного циклу обслуговування та їх характеристика. Служби обслуговування готелів.

Організація обслуговування туристів у закладах харчування. Класифікація гастрономічних закладів (за типами, за асортиментом продукції, залежно від функцій підприємств ресторанного господарства).

Організація транспортного обслуговування туристів.

Організація екскурсійного обслуговування туристів.

Організація обслуговування клієнтів туристичними підприємствами. Схеми організації діяльності турфірми (виробнича, торговельна, посередницька). Схема надання інформаційних послуг. Методи продажу.

Тема 2.2. Взаємовідносини туроператора з виконавцями послуг.

Критерії оцінки та відбору туроператором ділових партнерів та постачальників. Показники, за якими здійснюється порівняльна

характеристика діяльності обраних потенційних партнерів. Можливі варіанти співпраці.

Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями. Форми взаємодії туроператорів з авіакомпаніями. Організація співпраці туроператора з установами залізничного транспорту, підприємствами автомобільного транспорту, підприємствами водного транспорту.

Організація співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування туристів. Оренда закладу розміщення. Купівля блоку місць на умовах комітенту, елотменту. Співпраця на умовах без відкладного бронювання, підвищення комісії, пріоритетного бронювання, стандартної комісії.

Організація співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами.

Організація співпраці туроператора з страховими компаніями. Страхування медичних витрат, від нещасного випадку, цивільної відповідальності, багажу, невиїзду (відміни подорожі).

Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями. Співпраця за разовими замовленнями, на умовах квотування.

Організація співпраці туроператора з туристичними агенціями.

Тема 2.3. Управління збутовою діяльністю туроператора.

Концепції збутової політики в туризмі. Фактори та методи збуту (прямий, непрямий, комбінований). Функції збуту. Фактори збутової політики туристичних підприємств. Мета та завдання збутової політики.

Суть та значення каналів розподілу туристичних продуктів. Канал збуту (розподілу), його типи. Збутова мережа. Традиційна та новітня концепції каналів розподілу. Критерії вибору посередників. Рівень каналу розподілу.

Системи управління збутом туристичних операторів. Елементи системи збуту.

Роль маркетингових систем у розподілі тур продуктів. Традиційна, горизонтальна та вертикальна маркетингові системи. Типи вертикальних маркетингових систем у туризмі.

Формування туристичними підприємствами збутової стратегії. Етапи розробки і впровадження збутової стратегії.

Тема 2.4. Фінансові та облікові аспекти туроперейтингу.

Фінансова схема роботи туроператора. Параметри зовнішнього та внутрішнього середовища. Базові завдання управління фінансовими ресурсами. Прогресивні методи управління фінансовою діяльністю організації. Загальна схема роботи туроператора.

Облікова політика, її сутність, фактори формування.

Облік витрат туроператора та формування собівартості туристичних послуг. Собівартість туристичного продукту. Класифікація витрат туроператора за видами витрат. Виробнича собівартість турпродукту. Змінні, постійні, операційні, адміністративні, збутові та інші операційні витрати.

Основні види витрат в процесі формування турпродукту. Витрати на реалізацію тур продукту. Класифікація витрат за економічними видами.

Методи розрахунку ціни туристичної послуги. Базові формули калькулювання ціни. Джерела для зниження цін на туристичну продукцію. Витратний метод калькулювання ціни. Цінова еластичність попиту. Кінцева ціна туру: фактори, що на неї впливають.

Сезонні коливання цін в туризмі (пік сезону, високий сезон, сезон, «мертвий» сезон). Первинні та вторинні фактори сезонних коливань. Індекс сезонності.

Формування фонду заробітної плати на підприємстві туроператора. Елементи заробітної плати (основна та додаткова зарплата, інші компенсаційні та заохочувальні виплати). Функції зарплати.

Податковий облік.

Тема 2.5. Інформаційні технології в туроперетингу.

Інформаційно-комунікаційні технології в туристичному бізнесі. Напрями розвитку IT в туроперейтингу.

Використання програмного забезпечення та можливостей мережі Інтернет з метою планування, розробки, організації та просування турів. Глобальні системи комп'ютерного бронювання. Вигоди електронної комерції в Інтернет для малих і середніх туристичних підприємств Європи. Перешкоди електронної комерції в Інтернеті для малих та середніх тур підприємств Європи.

Характеристики електронних систем бронювання туристичних послуг. Система бронювання Amadeus, Galileo, Worldspan, та ін. Вибір системи бронювання.

Програмне забезпечення в операційній діяльності туроператора. Програмні продукти.

Тема 2.6. Тенденції розвитку міжнародного туроперейтингу.

Особливості міжнародного туризму. Кількість приїздів (від'їздів). Туристичні макрорегіони світу.

Розвиток міжнародного туризму у світі. Найпопулярніші туристичні напрямки у світі. Прогноз у зміні напрямків.

Міжнародні туристичні заходи, їх характеристика.

Міжнародний туризм та Україна.

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

Назви модулів і тем	**Очна (денна) форма**					
	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		лекції	практичні (семінарські) заняття	лабораторні заняття (інші види	самостійна робота	модульна контрольна робота

				занять)		(МКР)
1	2	3	4	5	6	7
2- й семестр						
Модуль 1. Основи туроперейтингу						
Тема 1.1. Сутність туроперейтингу	9	2	2		5	
Тема 1.2. Прикладний туроперейтинг (рецептивний, ініціативний)	9	2	2		5	
Тема 1.3. Туроперейтинг та агентський бізнес у туризмі	9	2	2		5	
Тема 1.4. Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора	9	2	2		5	
Тема 1.5. Технологія створення туристичного продукту	9	2	2		5	
Тема 1.6. Формування програм перебування туристів	15	2	4		9	
Разом за модулем 1	60	12	14		34	**МКР № 1**
Модуль 2. Організаційно-управлінські аспекти діяльності туроператора						
Тема 2.1. Організація діяльності з обслуговування туристів	15	2	4		9	
Тема 2.2. Взаємовідносини туроператора з виконавцями послуг	9	2	2		5	
Тема 2.3. Управління збутовою діяльністю туроператора	9	2	2		5	
Тема 2.4.	9	2	2		5	

1	2	3	4	5	6	7
Фінансові та облікові аспекти туроперейтингу						
Тема 2.5. Інформаційні технології в туроперетингу	9	2	2		5	
Тема 2.6. Тенденції розвитку міжнародного туроперейтингу	9	2	2		5	
Разом за модулем 2	60	12	14		34	**МКР № 2**
Разом	**120**	**24**	**28**		**68**	

Теми семінарських занять – не передбачено навчальним планом

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Функції та задачі туроператора і турагента.	2
2.	Формування каталогу пропозицій туроператорів.	2
3.	Туристична документація.	2
4.	Види та характеристики найпопулярніших турів	2
5.	Технологія організації турів.	2
6.	Комплексний туристичний продукт (пакет послуг).	2
7.	Створення програми перебування туристів.	2
8.	Якість обслуговування туристів і способи його регулювання.	2
9.	Управління якістю комплексного туристичного обслуговування.	2
10.	Договірний план турфірми з постачальниками послуг.	2
11.	Методи просування туристичного продукту.	2
12.	Визначення фінансової стійкості туристичної фірми.	2
13.	Можливості використання програмного забезпечення та мережі Інтернет для планування, розробки, організації та просування турів.	2
14.	Зарубіжні представники туроператорів, їхні функції.	2
	Разом	28

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;
- модульна контрольна робота/тести;
- реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- презентації здобувачів 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 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
1		2	3	4
І. Поточний контроль				
Модуль 1	лекції	6	1	6
	практичні	7	4	28

1		2	3	4
	заняття*			
	за результатами виконання модульних робіт (модульний контроль)*	1	5	5
Разом за модуль 1				39
Модуль 2	лекції	6	1	6
	практичні заняття*	7	4	28
	за результатами виконання модульних робіт (модульний контроль)*	1	5	5
Разом за модуль 2				39
Конспект лекцій				2
Разом за поточний контроль				80
ІІ. Індивідуальні завдання (науково-дослідне)				-
ІІІ. Підсумковий контроль – екзамен*				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 лекційному та практичному заняттях 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 лекційних і 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 здобувачем за відповідною темою. В роботі має бути розкритий зміст теоретичних питань, визначених викладачем. Тривалість виконання контрольної роботи – одна

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 бали – 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 – 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;

3 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;

2 бали – 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;

1 бал – 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;

0 балів – не володіє навчальним матеріалом, не вирішив жодного тестового завдання.

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль успішності проводиться з метою оцінювання результатів навчання на завершальному етапі, проводиться в усній формі – екзамену. Під час підсумкового контролю оцінюється також якість і повнота викладення матеріалу в конспекті лекцій здобувача.

Конспект лекцій.

Конспект лекцій – це стислий писаний зміст/виклад курсу лекцій однієї навчальної дисципліни; систематично, коротко, логічно й зв’язно передає зміст лекцій курсу; спосіб роботи з текстом, мета якого – зафіксувати й опрацювати його. Кожний здобувач зобов’язаний вести конспект на кожній лекції, стисло занатовуючи поданий викладачем матеріал.

Критерії оцінювання змісту конспектів лекцій здобувача *(оцінюється в діапазоні від 0 до 2 балів)*:

2 бали – 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;

1 бал – 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;

0 балів – конспект лекцій з навчальної дисципліни відсутній.

Екзамен.

Екзамен є формою підсумкового контролю рівня та якості засвоєння здобувачами теоретичних знань та практичних умінь і навичок з окремої навчальної дисципліни. Екзамен проводиться в період екзаменаційної сесії в передбачені навчальним планом терміни згідно з розкладом, затвердженим в НУЦЗУ.

Екзамен проводиться в усній формі за білетами, які затверджуються кафедрою. Екзаменаційний білет складається з трьох теоретичних питань, що відображають зміст усієї програми навчальної дисципліни.

Відповіді на питання оцінюються за їх повнотою.

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. Види туроперейтингу та їх характеристика.
2. Класифікація та види туроператорів за різними ознаками.
3. Основні види діяльності туроператорів.
4. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу.
5. Поняття і зміст рецептивного туроперейтингу.

6. Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів.
7. Поняття і зміст ініціативного туроперейтингу (аутгоїнг-туроперейтинг).
8. Організація туроператорського і турагентського бізнесу.
9. Організаційна структура туроператора і турагента.
10. Види і сутність турагентської роботи.
11. Контрактні відносини між туроператором і турагентом.
12. Сутність, особливості та складові туристичного продукту.
13. Сутність та види туристичних послуг.
14. Комплекс туристичних послуг.
15. Тур-пакет: поняття та основні характеристики.
16. Технологія проектування туристичних послуг.
17. Етапи створення нового туру.
18. Формування програми туру та його документальне оформлення.
19. Сутність і послідовність робіт з туроперейтингу.
20. Технологічна документація на турпроект.
21. Структура контракту між туроператором та постачальником туристичної послуги.
22. Інструменти просування турпродукту.
23. Реклама турпродукту, її типи.
24. Етапи та канали збуту турпродуктів.
25. Інструменти стимулювання споживачів турпродукту.
26. Варіанти ціноутворення на турпродукт.
27. Сутність програмного обслуговування в туризмі.
28. Етапи організації туристичної подорожі.
29. Вимоги до гідів та представників туроператора.
30. Програми перебування туристів, її елементи.
31. Організація обслуговування туристів у готельних закладах.
32. Організація обслуговування туристів у закладах харчування.
33. Організація транспортного обслуговування туристів.
34. Організація екскурсійного обслуговування туристів.
35. Організація обслуговування клієнтів туристичними підприємствами.
36. Критерії оцінки та відбору туроператором ділових партнерів та постачальників.
37. Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями.
38. Організація співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування туристів.
39. Організація співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами.
40. Організація співпраці туроператора з страховими компаніями.
41. Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями.
42. Організація співпраці туроператора з туристичними агенціями.
43. Концепції збутової політики в туризмі.

44. Суть та значення каналів розподілу туристичних продуктів.
45. Критерії вибору посередників.
46. Системи управління збутом туристичних операторів.
47. Роль маркетингових систем у розподілі тур продуктів.
48. Формування туристичними підприємствами збутової стратегії.
49. Фінансова схема роботи туроператора.
50. Облікова політика, її сутність, фактори формування.
51. Облік витрат туроператора та формування собівартості туристичних послуг.
52. Методи розрахунку ціни туристичної послуги.
53. Сезонні коливання цін в туризмі.
54. Формування фонду заробітної плати на підприємстві туроператора.
55. Інформаційно-комунікаційні технології в туристичному бізнесі.
56. Використання програмного забезпечення та можливостей мережі Інтернет.
57. Характеристики електронних систем бронювання туристичних послуг.
58. Особливості міжнародного туризму.
59. Розвиток міжнародного туризму у світі.
60. Міжнародні туристичні заходи, їх характеристика.

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.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Література

1. Методичні рекомендації для проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів вищої освіти, які навчаються за першим рівнем вищої освіти («бакалавр») за спеціальністю 242 «Туризм» / укладач О.В. Поступна. Харків: НУЦЗУ, 2022.
2. Методичні рекомендації з організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти першого бакалаврського рівня вищої освіти з навчальної дисципліни «Туроперейтинг» (спеціальність 242 «Туризм») / укладач О.В. Поступна. Харків: НУЦЗУ, 2020.
3. Методичні рекомендації з організації самостійної роботи та виконання контрольної роботи з навчальної дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, які навчаються за першим рівнем вищої освіти («бакалавр») за спеціальністю 242 «Туризм» / укладач О.В. Поступна. Харків: НУЦЗУ, 2020.
4. Інфраструктура туризму: опорний конспект лекцій [для студентів усіх форм навчання спеціальності 242 «Туризм»] / укладачі: О.В. Поступна, Н.А. Леоненко ; Нац. ун-т цивільного захисту України. – Х.: НУЦЗУ, 2020. – 310 с.
5. Поступна О.В. Бенчмаркінг туристичної дестинації Харківської області. *Порівняльне публічне управління та адміністрування* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. 28 травня 2021 р. / за заг. ред. Н.М. Колісніченко. Одеса : Вид-во: ОРІДУ НАДУ, 2021. С. 96–102.
6. Поступна О.В. Ризик-менеджмент у туризмі: зарубіжний досвід та нові українські реалії. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика* : матеріали VIII Міжнар. заочн. наук.-практ. конф., 27 листопада 2020 р. / за ред. В.М. Огаренка, О.В. Покатаєвої та ін. Запоріжжя: КПУ, 2020. – С. 534–536.
7. Поступна О.В., Філенко Д.С. Стратегія розвитку туристичної дестинації Харківської області. *Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія і практика* : матеріали ІІІ Всеукр. наук.-практ. конф. (з міжнар. участю), м. Полтава, 8 грудня 2020 р. Полтава: ПДАА, 2020. С. 161–163.
8. Поступна О.В., Філенко Д.С. Фактори формування туристсько-рекреаційного комплексу Харківської області. *Вісник Національного університету цивільного захисту України* : зб. наук. пр. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2021. Вип. 1 (14). С. 143 – 151. (Серія «Державне управління»).
9. Алієна-Барановська В.М., Дахно І.І. Міжнародний туризм: навч. посіб.-довідник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 344 с.

10. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2004. 288 с.

11. Баєв В.В. Основи туроперейтингу: навч. посіб. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал»», 2018. 156 с.

12. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 184 с.

13. Безкоровайна Л.В. Основи проектування туристичного продукту: навч. посіб. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 100 с.

14. Кифяк В.Ф., Кияк В.Ф. Організація туризму: навч. посіб. Чернівці: Книги – ХХІ, 2008. 344 с.

15. Ковальчук А.С. Організація і технологія обслуговування туристів туристичною фірмою: навч.-метод. посіб. Львів: ВКП «ВМС», 2005. 212 с

16. Кононыхин С.В. Техника и технология услуг туристического бизнеса: конспект лекцій. Донецк: ДНТБ, 2001. 151 с.

17. Левицкая Э.В. Организация предпринимательства в туризме: учеб. пособ. Донецк: ДИТБ, 2000. 312 с.

18. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посіб. – 2-е вид., перероб. і доп. Ктїв: Альтерпрес, 2008. 300 с.

19. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.

20. Мельниченко С.В., Ведмідь Н.І., Босовська М.В. Інформаційні технології у туристичній індустрії: опорний конспект лекцій: навч.-метод. видання; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України; Київський національний торговельно-економічний університет; Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Київ КНТЕУ, 2011. 55 с.

21. Міжнародний туризм: навч. посіб. / Т.В. Божидаркін та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 312 с.

22. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Київ: Рокор, 2001. 200 с.

23. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. В.Я. Брича. Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.

24. Чорненька Н. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. – 3-тє вид., доп. і перероб. Київ: Атіка, 2009. 392 с.

25. Шуптар-Пориваєва Н.Й. Основи туроперейтингу: конспект лекцій. Одеса, ОДЕУ, 2021. 102 с.

Інформаційні ресурси

26. Інфраструктура туризму: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладачі: О. В. Поступна, Н. А. Леоненко (теми 1, 6, 11, 12). Харків : НУЦЗУ, 2020. – 233 с. URL : http://nnvc.nuczu.edu.ua/images/topmenu/kafedry/kafedra-menedzhmenta/Lekcii/INFRASTRUKTURA_TURIZMU_KONSPEKT_ LEKCIJ.pdf.

27. Поступна О.В., Іович Р.І. Зарубіжний досвід створення доступного середовища для інклюзивних туристів. *Публічне управління в Україні: теорія, практика, інновації* (збірник тез наук.-практ. конф. за результатами стажування та практики в органах публічної влади). Харків : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2020. URL : https://kbuapa.kh.ua/wp-content/themes/kbuapa/publications/mk/doc/2-2020/1-2.pdf.

28. Поступна О.В., Іович Р.І. Проблемні питання правового регулювання інклюзивного туризму в Україні. *Правові аспекти публічного управління: теорія та практика* : матеріали XI наук.-практ. конф. 12 груд. 2019 р., м. Дніпро / за заг. ред. Л.Л. Прокопенка. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2019. С. 102-105. URL : http://www.dbuapa.dp.ua/konf/konf_dridu/Conference_pei_12_12_2019.pdf.

29. Бібліотека Національного університету цивільного захисту України URL : http://library.nuczu.edu.ua/.

30. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учеб. пособ. Москва : Форум: НИЦ Инфра-М, 2013. 400 с. URL : http://znanium.com/bookread.php?book=352647.

31. Все про туризм – туристична бібліотека URL : http://tourlib.net/ua.htm.

32. 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.

33. Всесвітня туристична організація URL : www.unwto.org.

34. Державний комітет статистики України URL : http://www.ukrstat.gov.ua/.

35. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL : http://kodeksy.com.ua/pro_turizm/statja-6.htm.

36. Законодавство України URL : http://www.rada.kiev.ua/.

37. Инновации в ресторанном би знесе. URL : http://nippondom.com/innovatsii-v-restorannom-biznese.

38. Інформаційний портал Країни Світу. URL : https://ru.countries.world/.

39. Інформаційний портал мандрівника URL : http://restinworld.ru/countries/index.html.

40. Кабінет Міністрів України URL : http://www.kmu.gov.ua/.

41. Максимюк Н.В. Государственная стратегия развития индустрии туризма Украины. Наукові праці: Науково-методичний журнал. 2010. Т. 133. – Вип. 120. «Економіка». С. 91–99. URL : http://tourlib.net/statti_tourism/maksimjuk2.htm.

42. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. URL : https://pidruchniki.com/12301002/turizm/efektivnist_investitsiynih_proektiv_turizmi.

43. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського URL : http://www.nbuv.gov.ua/.

44. Орловская В.П. Технология и организация предприятия туризма :

учеб. Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2013. 176 с. URL : http://znanium.com/bookread.php?book=369959.

45. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL : https://mtu.gov.ua.

46. Портал путешествий. URL : www.travel.ru.

47. Украинская туристическая информационная система. URL : www.utis.com.ua.

Розробник:
доцент кафедри менеджменту,
доктор наук з державного управління,
професор Олена ПОСТУПНА