

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

В.о. директора ІНІ неперервної освіти і
туризму

д.ю.н., проф. Гриценко І.С.

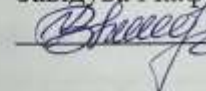
« 09 » червня 2022 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри готельно-ресторанної
справи та туризму

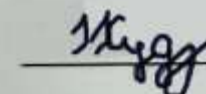
Протокол № 14 від «06» червня 2022 р.

Завідувач кафедри

 д.е.н., проф. Левицька І.В.

РОЗГЛЯНУТО

Гарант освітньої програми доцент кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

 к.е.н., доц. Кудінова І.П.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

спеціальність 242 «Туризм»
освітня програма «Туризм»

Факультет (ІНІ) Навчально-науковий інститут неперервної освіти і туризму

Розробники: зав. кафедри, д.е.н., професор Левицька І.В.

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

Київ – 2022 р.

1. Опис навчальної дисципліни

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Галузь знань	24 «Сфера обслуговування»	
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	242 «Туризм»	
Освітня програма	«Туризм»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	90	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	41	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	I курс	
Семестр	4	
Лекційні заняття	30 год.	
Практичні, семінарські заняття	30 год.	
Лабораторні заняття	-	
Самостійна робота	30 год.	
Індивідуальні завдання	-	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	4 год.	
	.	

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування теоретичних, професійних знань і практичних навичок щодо умов та правил здійснення туристичних подорожей; формування системи знань та навичок щодо провадження туроператорської та турагентської діяльності, створення туристичного продукту; дотримання технології та правил організації туристичних подорожей; бронювання різних видів послуг; організації транспортних перевезень та турів; методологічних засад програмного обслуговування; правил виконання туристичних формальностей; формування теоретичних, професійних знань і практичних навичок щодо туроператорської діяльності; формування системи знань та навичок щодо ліцензування та провадження туроператорської, організації турагентської діяльності; оновлення асортименту туристичного продукту; дотримання технології та правил організації туристичних подорожей в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму; координації роботи суб'єктів туристичного бізнесу, задіяних в туристичному обслуговуванні; організації роботи служб та підрозділів туроператорської компанії та ін.

Предмет: принципи діяльності туристичних організацій, методика розроблення турів і програм перебування, технологія організації туристичної подорожі; технології туроперейтингу.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- засвоєння теоретичних знань та практичних навичок щодо видів туристичної діяльності, ліцензійних умов провадження туроперейтингу та організації турагентської діяльності;

- вивчення принципів та оволодіння практичними навичками щодо створення та виконання програм перебування туристів; умов виконання туристичних формальностей: паспортно-візових, митних, валютних та медико-санітарних, місцевих туристичних, курортних, рекреаційних формальностей;

- набуття професійних знань щодо технології та організації туристичних подорожей; страхування в туризмі; оформлення різних видів туристичних документів; підготовка та оформлення документів туристів; створення асортименту турпродукту підприємства, форм аквізиції туристів, умов та платформ бронювання туристичного обслуговування; організації обліку і контролю надання послуг, оформлення туристичної звітності; виконання договірних формальностей в туризмі, визначення прав і обов'язків туристів, умов виконання претензійної роботи в туризмі; визначення та забезпечення безпеки туристичних подорожей.

- засвоєння теоретичних знань та практичних навичок щодо видів туристичної діяльності, ліцензійних умов провадження туроператорської та здійснення турагентської діяльності;

- вивчення принципів та оволодіння практичними навичками щодо формування структури туроператорської компанії, координації робіт між підрозділами та відділами туроператорської компанії; роботи з

субпідрядниками, контрагентами та агентами;

- набуття професійних знань щодо технології та організації туристичних подорожей; параметрів створення турпродукту підприємства, координації роботи суб'єктів туристичного бізнесу, задіяних в обслуговуванні; правил організації й продажу туристичних подорожей.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен оволодіти компетентностями:

загальними:

ЗК7. Здатність працювати в міжнародному контексті

ЗК10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово

ЗК11 Здатність спілкуватися іноземною мовою

ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно

фаховими:

ФК6. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);

ФК7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;

ФК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем;

ФК9. Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних формах обставинах;

ФК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу;

ФК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

Програмні результати навчання:

ПР02. 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.

ПР03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

ПР04. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.

ПР06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.

ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПР08. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися

ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

2. Програма навчальної дисципліни

РОЗДІЛ 1. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ МАРШРУТІВ ТА ТУРІВ І ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

Тема 1. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту

Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Вибір географії подорожей туристичним підприємством. Планування туристичних подорожей. Етапи формування та реалізації туристичного продукту туристичного підприємства.

Основні, додаткові та спеціалізовані туристичні послуги. Продуктовий асортимент туристичного підприємства та його доповнення. Природні та антропогенні умови та ресурси як складові туристичного продукту. Специфічні та неспецифічні туристичні товари як складові турпакету. Послідовність робіт по вибору постачальників послуг (контрагентів). Комбінація різних складових туристичного продукту при розробці програм обслуговування туристів для різних ринкових сегментів. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.

Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів.

Тема 2. Організація збуту туристичного продукту

Специфіка роботи туристичних організаторів. Види та форми агентської роботи. Обладнання та оформлення офісу туристичної компанії.

Організація роботи front-, back– та call-offices підприємств-турорганізаторів. Організація агентського бізнесу з продажу квитків на транспортні перевезення. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

Тема 3. Принципи формування програм перебування туристів

Програмне обслуговування в туризмі. Види програмних заходів, їх характеристика.

Програма перебування туристів: правила розроблення. Вимоги державних, міжнародних стандартів з організації турів.

Програма туристичного обслуговування. Технологічна документація та правила її оформлення. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЇ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ТА ТУРПРОЕКТУВАННЯ

Тема 4. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі

Поняття «туроперейтингу». Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка впливу факторів. Структура ринку організованого туризму.

Класифікація та види туроператорів Види діяльності туроператорів. Профілі роботи туристичних організаторів.

Функції туроператорів. Схеми реалізації турпродукту туристичного оператора.

Схеми реалізації туристичного продукту на різних ринках. Взаємовідносини суб'єктів туристичного ринку. Методи збуту на різних видах туристичних ринків.

Власні бюро продажів туроператора, їх головні функції й завдання. Поняття та види ринкових каналів просування туристичного продукту. Схеми ринкових каналів просування туристичного продукту туроператора. Роздрібні й оптові туристичні компанії, їх місце в структурі збуту туроператора. Традиційні та нетрадиційні форми продажу туристичного продукту.

Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

Етапи формування та реалізації туристичного продукту компанії. Аквізиція туристів та засоби залучення клієнтів. Організація туристичного обслуговування різних типів споживачів.

Аквізитор: поняття, функції, завдання. Характеристика операційних процесів реалізації продукту через агентську збутову мережу. Рівні та ієрархічність каналів збуту: обов'язки по збуту продукту та обслуговуванню клієнтів. Агентський бізнес в туризмі. Агентські мережі.

Контрагентська мережа збуту та умови формування турагентських угод.

Тема 5. Проектування туристичного продукту

Нормативно-правове регламентування процесу проектування турів. Вербальна модель туристичної послуги. Вимоги до забезпечення безпеки туристичної послуги.

Обов'язкові та рекомендовані вимоги національних та міжнародних стандартів до якості туристичних послуг: відповідність призначенню, точність та своєчасність виконання, комплексність, етичність обслуговуючого персоналу, комфортність, естетичність, ергономічність.

Етапи проектування туристичного продукту. Проект програми обслуговування туристів та його структура. Проектування контролю якості туристичного продукту й обслуговування.

Тема 6. Позиціонування турів і туристичних операторів

Предметні дослідження у програмному туроперейтингу.

Концепції планування туристичних програм. Туристичні потреби та фактори, які впливають на процес їх формування. Стабільність місцевого

туристичного ринку та спосіб життя населення. Способи організації досліджень програмного туropolерейтингу.

Сегментування туристичного ринку. Відповідність базових, фінансових, ділових, інформаційних, організаційних та технологічних можливостей туropolератора потребам різних сегментів туристичного ринку. Вимоги до туropolераторів, працюючих з різними сегментами споживачів.

Визначення фокус-групи. Цільові характеристики обраного сегменту споживачів. Моделювання структури туристичного продукту для обраної фокус-групи.

Диференціація пропозицій туристичних операторів на видових ринках. Природні, організаційні та економічні підстави для диференціації турів.

Поняття та зміст діяльності з позиціонування турів і туropolераторів. Цілі позиціонування. Популяризація конкурентних переваг туристичного продукту. Репутація туристичного оператора.

Підходи до техніки позиціонування програмних турів. Рівні позиціонування.

Тема 7. Діяльність туристичного оператора з організації турів

Вибір схеми роботи туropolератора з організації турів. Організація турів, що передбачає роботу з субпідрядниками / постачальниками програмних послуг (пряма організація). Організація турів за участю посередника (опосередкована організація).

Передумови для прямої організації турів. Переваги та можливі ризики прямої схеми організації турів.

Характеристика опосередкованої схеми організації зарубіжних турів. Поняття meet-компанії та принципи її діяльності. Переваги та можливі ризики організації роботи аутгоїнгового оператора з зарубіжними meet-компаніями. Лоббі великих meet-компаній та їх вплив на ініціативних туropolераторів.

Тема 8. Ідентифікація постачальників туристичних послуг

Види постачальників туристичних послуг. Контрагенти та субпідрядники туropolератора: компанії-перевізники, заклади розміщення, екскурсійні бюро, заклади дозвілля, страхові компанії, підприємства-посередники. Технологія ідентифікації транспортних перевізників, колективних та індивідуальних закладів розміщення туристів, meet-компаній.

Договірний план туру. Можливі схеми взаємної роботи туropolератора з постачальниками туристичних послуг та їх документальне оформлення. Договір (контракт) про спільну роботу оператора з постачальниками послуг, його структура та реквізити.

Тема 9. Організація участі підприємств у виставкових заходах

Основні види заходів виставкової індустрії в туризмі. Вебінари та workshop у туризмі. Рекламні тури (fam-trip). Участь у виставках. Оформлення стендів та формування їх зовнішнього стилю.

Послідовність пошуку, аналізу та освоєння туристичного потенціалу країн світу й потенційних партнерів за допомогою заходів виставкової індустрії. Проведення переговорів та заключення контракту. Обумовлення умов зовнішньоекономічних договорів/контрактів в туроперейтингу.

РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Тема 10. Програмний туризм як основа сучасного туроперейтингу

Поняття програмного туризму. Принципи сучасного програмного обслуговування. Психологічна підготовка до сприйняття туристичних програм.

Врахування індивідуальних потреб туриста при створенні програмного продукту. Досвід міжнародного співробітництва у вирішенні проблем програмного обслуговування.

Схеми роботи туроператора з транспортними перевізниками / компаніями. Умови договору фрахту судна/авто. Права та обов'язки сторін за договором транспортного обслуговування. Розподіл фінансової відповідальності за оренду транспортного засобу між учасниками пулу туроператорів.

Тема 1. Формування асортименту послуг туристичного оператора

Систематизація турів багатoproфільних операторів: за географічними напрямками, категоріями пропонованих готелів, класами морських та річкових суден. Ширина та глибина асортименту пропозиції туристичного оператора.

Форми відображення асортименту програмних турів. Каталоги оператора, СПО туроператора, цінові додатки до каталогів, «тарифна сітка». Рекламна, інформативна та спонукальна функції туроператорських каталогів. Основні вимоги до складання каталогів туристичних пропозицій.

Генеральні, рекламні та службові каталоги туристичних операторів. Формат та основний зміст каталогів. Варіанти представлення цінових таблиць. Підбір ілюстративного матеріалу. Он-лайн каталог туроператора. Спеціальні пропозиції туроператорів (СПО).

Тема 12. Рецептний туроперейтинг

Поняття та зміст рецептного туроперейтингу. Туристичні ресурси рецептного туропейтингу в Україні. Туристичні центри та DESTINATIONI рецептного туропейтингу. Популярні види туризму рецептного українського туропейтингу.

Диференціація пропозицій рецептних туроператорів. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Умови співпраці рецептних туроператорів з продуцентами туристичних послуг.

Особливості формування каталогу пропозицій рецептного туроператора.

Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів в Україні. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туроператорів.

Бонусні програми національних туроператорів та взаємовідносини із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.

Тема 13. Ініціативний туроперейтинг

Оцінка туристичного ринку країни-потенційного партнера. Етапи дослідження туристичного ринку окремої країни туристичного інтересу: 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 турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.

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

Схеми роботи туроператора з іноземними meet-компаніями та закладами розміщення туристів. Види співробітництва туристичного оператора з іноземними партнерами: робота за разовими заявками, робота на умовах квотування, туристичний кредит. Види квот: безвідзивні та відзивні, разові та циклічні, суворо та вільно фіксовані. Організація та технологія використання туристичного кредиту. Права та обов'язки туроператора і meet-компанії за договором про взаємне співробітництво сторін. Відповідальність оператора у випадку відмови туристів від подорожі/послуг.

Тема 14. Консолідований туроперейтинг

Світовий ринок туроператорів-консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг туроператора-консолідатора.

Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

Формування догоровного плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент. Бронювання та блокування місць в закладах розміщення, засобах пересування, ін. Умови отримання блоків місць в підприємствах туріндустрії.

Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.

Стратегія взаємодії туристичного оператора із закладами розміщення. Оренда готельних номерів/місць. Умови реалізації туристичним оператором номерів орендованого готелю. Придбання блоку місць на умовах комітменту та елотменту. Робота на умовах безвідзивного та пріоритетного бронювання.

Робота на умовах підвищеної комісії. Разові замовлення на умовах стандартної комісії.

Тема 15. 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 розміщення та ін.). Типова форму (зміст) договору (угоди) про співробітництво. М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

Процеси бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування.

Види та форми розрахунків за туробслуговування. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
РОЗДІЛ 1. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ МАРШРУТІВ ТА ТУРІВ І ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ												
Тема 1. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту	5	2	2			1						
Тема 2. Організація збуту туристичного продукту	5	2	2			1						
Тема 3. Принципи формування програм перебування туристів	5	2	2			1						
РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЇ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ТА ТУРПРОЕКТУВАННЯ												
Тема 4. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі	5	2	2			1						
Тема 5. Проектування туристичного продукту	5	2	2			1						
Тема 6. Позиціонування турів і туристичних операторів	5	2	2			1						

Тема 7. Діяльність туристичного оператора з організації турів	5	2	2			1						
Тема 8. Ідентифікація постачальників туристичних послуг	5	2	2			1						
Тема 9. Організація участі підприємств у виставкових заходах	5	2	2			1						
РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ												
Тема 10. Програмний туризм як основа сучасного туроперейтингу	5	2	2			1						
Тема 11. Формування асортименту послуг туристичного оператора	5	2	2			1						
Тема 12. Рецептивний туроперейтинг	5	2	2			1						
Тема 13. Ініціативний туроперейтинг	5	2	2			1						
Тема 14. Консолідований туроперейтинг	5	2	2			1						
Тема 15. Організація туристичних подорожей туроператором	5	2	2			1						
Курсова робота	41											
Усього годин	90	30	30			30						

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
РОЗДІЛ 1. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ МАРШРУТІВ ТА ТУРІВ І ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ		
1	Розроблення програми туристичної подорожі та технологічної документації по туру	2
2	Організація збуту туристичного продукту: вибір каналів, форм та методів збуту турпродукту	2
3	Формування програм перебування туристів та калькулювання їх вартості	2
РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЇ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ТА ТУРПРОЕКТУВАННЯ		
4	Формування каталогу пропозицій туроператора на літній/зимовий сезони	2
5	Проектування нового туристичного продукту туроператора	2
6	Позиціонування турів і туристичних операторів	2
7	Сформувати пакет довогорів туроператора з контрагентами, турагентами, туристами	2
8	Ідентифікація постачальників туристичних послуг: вибір ділових партнерів туроператора, критерії, форми й умови співпраці	2
9	Спроектувати програму ділової участі туристичного підприємства у виставково-ярмаркових заходах	2
РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ		
10	Спроектувати програму туристичної подорожі каскадного типу та визначити графік турів на сезон/рік	2
11	Спроектувати каталог пропозицій туроператора на сезон/рік	2
12	Особливості проектування продукту рецептивного туроперейтингу	2
13	Особливості формування продукту ініціативного туроперейтингу	2
14	Особливості формування продукту консолідованого туроперейтингу	2
15	Особливості організація пакетних турів туроператором	2
	Всього	30

6. Індивідуальні завдання

<i>Тема</i>	<i>Мета</i>	<i>Години та форми контролю</i>
Тема 1. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту	- Охарактеризувати асортимент послуг туроператорів – резидентів України. - Провести оцінювання територій та вибору географії подорожей туристичним підприємством. - Охарактеризувати етапи формування та реалізації туристичного продукту.	<i>О, Д, ВЗ</i>
Тема 3. Принципи формування програм перебування туристів	Оволодіння навиками та правилами складання програм перебування туристів; комбінацією складових елементів програм перебування з метою оптимального їх використання, прив'язкою туристичного маршруту до основних транспортних магістралей, населених пунктів; визначення найцікавіших елементів показу по маршруту та включення їх до програм обслуговування туристів; 1) Розробити маршрут туристичної подорожі та скласти програму перебування туристів; 2) Оформити технологічну документацію нового туру (технологічну карту, інформаційний лист для реклами туру); 3) Розрахувати вартість туристичної подорожі на одного туриста: а) учасника туристичної групи; б) туриста-індивідуала.	<i>О, Т, ВЗ</i>
Тема 5. Туристичні перевезення авіатранспортом	Систематизація знань щодо мережі транспортних коридорів та формування транспортної інфраструктури в межах регіону, ЄС, групи країн, України; розробка туристичного транспортного маршруту; визначення найцікавіших елементів показу по маршруту; формування інформаційної бази туристичної подорожньої. Охарактеризувати мережу транспортних коридорів, що проходять через територію України та дати оцінку забезпечення їх туристичною інфраструктурою.	<i>О, Т, ВЗ</i>
Тема 6. Туристичні перевезення залізничним транспортом	- Визначити нормативно-законодавчу основу міжнародних та внутрішніх перевезень на залізничному транспорті.	<i>О, Т, ВЗ</i>

	- Охарактеризувати особливості залізнодорожних перевезень на міжнародних маршрутах. - Сформулювати основні правила перевезення туристів та їх багажу на залізничному транспорті. - Визначити особливості розробки транспортних маршрутів.	
Тема 7. Туристичні перевезення водним транспортом	- Визначити ознаки класифікації суден за категоріями та кают за розрядами. - Визначити особливості лінійних та каботажних круїних маршрутів. - Охарактеризувати особливості організації круїзів на міжнародних лініях. - Надати характеристику основних круїзних територій світу.	<i>О, Т, ВЗ</i>
Тема 8. Туристичні перевезення автомобільним транспортом	Сформувати вміння щодо розробки туристичного автотранспортного маршруту; визначення транспортної доступності й ефективності рейсів та складання графіків руху; диспетчерування автотранспортних пасажирських перевезень; розрахунок вартості проїзду. Складання паспорту автотранспортного маршруту (варіант 1 – на регулярній основі; варіант 2 – на умовах каскадного туру): 1) Визначити напрям та тип маршруту; 2) Скласти карту-схему маршруту з прив'язкою до населених пунктів; 3) Скласти графік руху автобусу за маршрутом; 4) Визначити дислокацію пунктів технічної допомоги та заправочних станцій; 5) Тривалість маршруту та його довжина; 6) Кількість туристів (одноразового завантаження); 7) Всього довжина маршруту: _____ км, _____ днів, _____ годинах; 8) Прокалькулювати вартість перевезення за маршрутом (на одного туриста); 9) Розрахувати місткість автобусу для конкретної величини туристичного потоку в сезон; 10) Розрахувати продуктивність автобусу за рейс; 11) Розрахувати вартість туру при умові транспортування автобусом, планового завантаження рейсів на рівні 70%.	<i>О, Т, ВПЗ</i>
Тема 9. Туристичні формальності та умови їх дотримання. Паспортно-візові формальності	Сформувати вміння щодо розробки пам'ятки туристам, що подорожують за кордон; визначення особливостей перетину кордону різних країн світу, сформулювати вимоги митних служб іноземної держави щодо ввозу-вивозу товарів та цінностей; визначити правила ввозу-вивозу валюти та її обміну на національну валюту країни відвідування (правила "бордеро"); визначити умови виконання медико-санітарних формальностей; надання інформації щодо виконання туристичних формальностей.	<i>КІП</i>
Тема 10. Митні формальності	Складіть <i>пам'ятку туриста</i> відповідно до основних її складових:	<i>О, Т, ВЗ</i>
Тема 11. Валютні формальності	- особливості клімату та природного ландшафту країни, її місцезнаходження; - документи, які необхідно подати для отримання візи (дозволу) в'їзду в країну; - правила перетину кордону туристами (ввозу-вивозу товарів та цінностей); - перелік предметів та речей, які не дозволяється ввозити-вивозити до (з) країни відвідування; - правила поведінки в країні відвідування, вимоги щодо одягу, зовнішнього вигляду, культури мови та жестів тощо;	<i>О, Т, ВЗ</i>

	- рекомендації щодо покупки товарів та продуктів харчування в країні відвідування; - валюта країни та правила обміну вільноконвертованих валют на місцеві гроші; умови та правила бордеро; - зазначити особливості екскурсійної програми туру (з прив'язкою до програми обслуговування) та правила поведінки туристів в культових місцях; - перелік додаткових екскурсій, які можна замовити у фірми-партнера; - застереження щодо недопущення обміну валюти в неофіційних місцях; користування речами (приладдями) місцевого населення, недопущення споживання їжі, яка не пройшла термічної обробки, споживання окремих блюд чи напоїв національної кухні, небутильованої води, напоїв з льодом, приготовленим з місцевої недизинфікованої води тощо.	
Тема 14. Туристичні документи та правила їх оформлення	Сформувати навички оформлення туристичних документів. 1. Складіть договір на туристичне обслуговування; 2. Оформіть ваучер та документи, необхідні для виїзду туристичної групи за кордон за маршрутом: Київ-Будапешт-Відень-Прага-Ужгород-Київ (з обслуговуванням різними туроператорами та різними видами транспорту).	О, Т, ВПЗ
Тема 15. Бронювання туристичного обслуговування	Сформувати навички оформлення бронювання туристичних послуг Завдання полягає в складанні листів бронювання (замовлень) послуг різних постачальників (транспортної компанії, екскурсійного бюро, готелю, підприємства ресторанного господарства; підприємства, що забезпечує анімаційну (івент, дозвілєву діяльність) програму (парк атракціонів та (чи інших) відповідно до програми перебування.	О, Т, ВЗ
Тема 19. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі	Засвоєння знань та отримання навичок з основ підприємницької діяльності, аналізу кон'юнктури ринку та дослідження попиту на туристичний продукт, сегментування ринку та визначення ринкових ніш, збуту продукції (товарів та послуг); Робота студентів проводиться у групах з визначенням ролі та місця кожного учасника: 1) За матеріалами проведених практичних робіт обґрунтувати створення власної збутової мережі фірми-туроператора, що діє в межах певного регіону та на одному з видів туристичних ринків: а) група № 1: туристична фірма – рецептивний туроператор, б) група № 2 – туристична фірма – ініціативний туроператор; в) група № 3 – туристична фірма – туроператор, що орієнтований на обслуговування вітчизняних туристів в межах України. 2) Розрахувати ефективність створення власних пунктів продажу чи залучення незалежних фірм-турагентів до збуту продукту туроператора. 3) Визначити функції всіх учасників збутової мережі та оформити їх взаємовідносини у визначеному законодавством України порядку.	О, Т, ВПЗ
Тема 20. Проектування туристичного продукту	Психологічний та функціональний тренінг: Техніка та технологія продажів в туристичній фірмі. 1) Сформувати типовий портрет основної клієнттури	ПТ

	туристичної фірми (за результатами виконання власних практичних робіт); 2) Згрупувати вимоги клієнтів щодо змісту програм обслуговування (шкала потреб туристів); 3) Провести порівняльний аналіз (позиціювання) пропозиції туристичної фірми відносно основних конкурентів; виділити переваги власного турпродукту (на яких слід наголошувати при продажу); визначити змістовність програм обслуговування та комплексність турпродукту, а також його відповідність вимогам певних типів туристів. 4) Використовуючи різні види комунікацій у безпосередньому спілкуванні та методи продажу сформувати основні канали збуту продукту; 5) Документально оформити замовлення на бронювання туристичних послуг.	
--	---	--

О – опитування; Д – диспут; Т – тестування; ВЗ – вирішення завдань; ВПЗ – вирішення практичних завдань; КПП – контрольна письмова робота; ПТ – психологічний тренінг.

7. Методи навчання

Сучасні вимоги до підготовки фахівців з туризму передбачають здобуття основних практичних вмінь та навичок. Опанувати сучасними технологіями організації подорожей, ведення туристичного бізнесу, формування комунікативної компетентності, навичок роботи та керівництва групою, вміння застосовувати основні принципи формування програм туристичного обслуговування в практику роботи організації найкраще допоможуть інтерактивні методи навчання, їх застосування можливе як при всіх видах аудиторних занять, так і в самостійній роботі студента.

Планування занять передбачає створення передумов для реалізації таких методологічних принципів навчального процесу:

- *інтенсивне використання самостійної роботи студента* (підготовчий етап до роботи над ситуаційним завданням, пошук матеріалу для виконання аналітичних та аналітично-ситуаційних задач, складання індивідуального алгоритму прийняття управлінського рішення, самооцінювання управлінських якостей та здібностей тощо);

- використання методу конкретної ситуації з метою *пояснення нових теоретичних положень теми*;

- *активне використання технічних засобів навчання*, в тому числі відеоматеріалів, які ілюструють і надають інформацію до ситуаційних задач;

- *дотримання жорсткого регламенту*: визначення часу на індивідуальну роботу, на обговорення та прийняття групового рішення, на представлення групового варіанту вирішення проблеми, на дискусію;

- *впровадження принципу нормування*: дотримання норм і правил при проведенні ділової гри, чітке визначення оцінювання результатів гри;

- *дотримання умов недостатньої визначеності*. Оскільки управлінські рішення приймаються в умовах дефіциту об'єктивної інформації, необхідно навчати майбутніх менеджерів „діяти за обставинами”;

- використання різних рольових функцій при аналізі студентами конкретних ситуацій. Як правило, залежно від здібностей студентів, можуть виконуватись ролі „менеджера”, „туриста” або „турагента”, „маркетолога”, „оператора”, „гіда” та ін.;

- активна підтримка внутрішньогрупової взаємодії студентів, залучення до обговорення пасивних студентів, зняття напруження у відношеннях між емоційними й амбіційними членами групи;

- впровадження принципу прямого звертання: активізація й залучення до обговорення за допомогою запитань: „Як би ви вчинили в такому випадку (в ролі керівника підприємства, власника, співробітника)? Що ви думаєте з приводу такої ситуації? Чи зустрічались ви з подібними ситуаціями?

Порівняно з традиційним, в інтерактивному навчанні змінюється сама роль викладача. Він поступається своєю активною роллю студентам і тільки спрямовує ігровий процес навчання та розвитку через співорганізацію взаємодії учасників, створює умови для їх ініціативи й творчого пошуку ефективних рішень конкретних ситуацій.

Під час проведення занять, які передбачають самостійну роботу студентів під керівництвом викладача з навчальної дисципліни „Основи аграрного консалтингу” доцільно використовувати такі інтерактивні методи навчання як, метод кейсу, метод інциденту, рольові й ділові ігри.

Алгоритм проведення занять із застосуванням кейс-методу представлено на рис. 1.

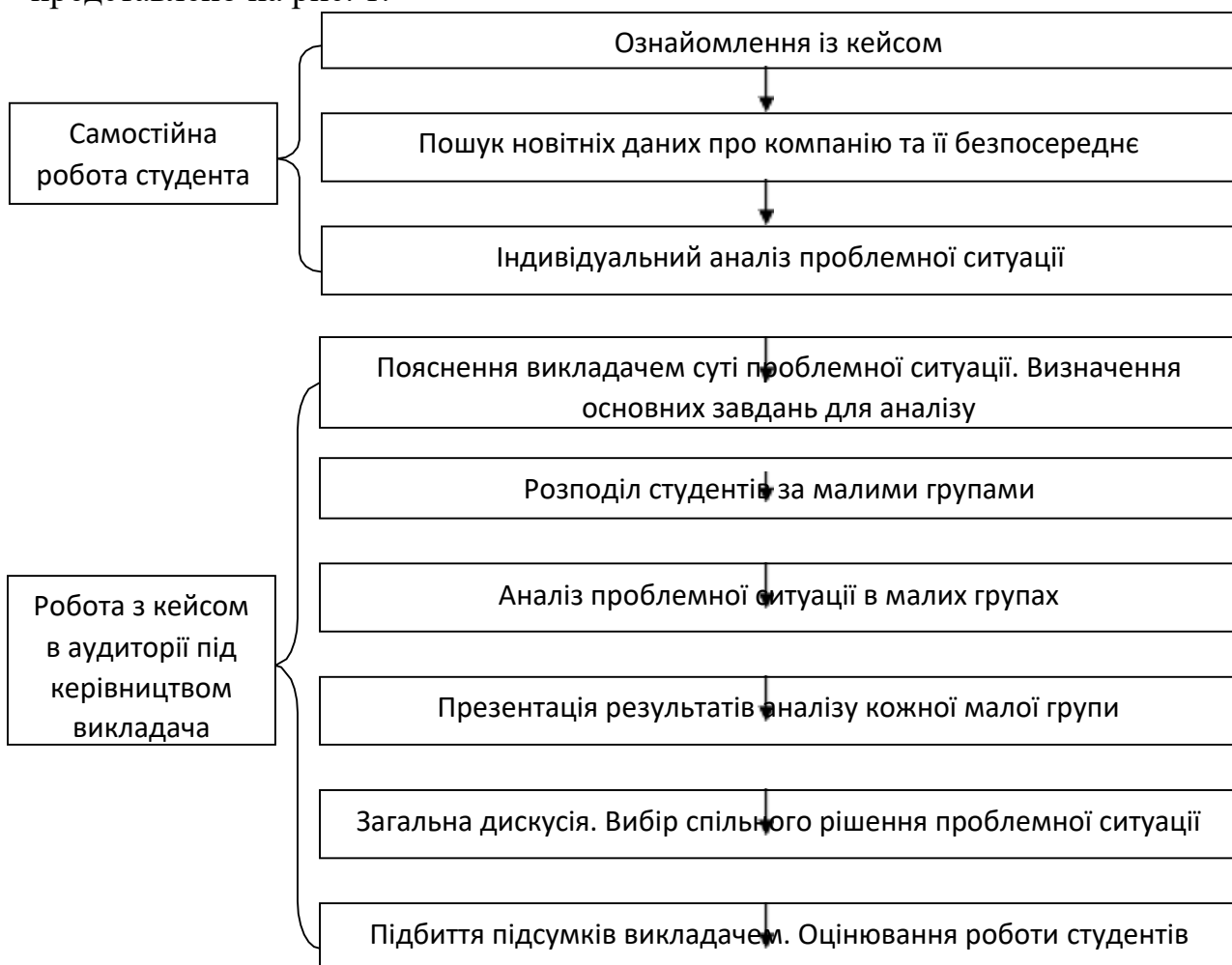


Рис. 1. Алгоритм опрацювання конкретної ситуації (case-study)

Імітаційна (ділова) гра відноситься до інтерактивних методів навчання. Така гра відбувається в штучних умовах уявної, моделюючої, експериментальної ситуації.

Ігрова, імітаційна система відрізняється від реального управлінського аналога такими умовами: 1. Реальна інформація щодо організації (або ситуації) замінюється псевдореальною інформацією. 2. Для ділової гри характерний експериментальний характер, згідно з яким стискується масштаб часу й спрощується організаційна структура організації. 3. Учасники гри виконують ролі учасників управлінського процесу.

У навчальному курсі „Основи аграрного консалтингу” ділові ігри застосовуються з метою формування та вдосконалення вмінь з технології прийняття управлінських рішень, організаційного проектування, аналізу управлінської ситуації, вибору стратегії, розробки тактичних та оперативних рішень. Протягом ділової гри студенти здійснюють різноманітні взаємодії: переговори, дискусії, публічні презентації матеріалів, запитання та відповіді тощо. Таким чином, створюються передумови щодо освоєння ефективного комунікативного досвіду та розвитку комунікативної компетентності.

Алгоритм підготовки та проведення рольової гри представлено на рис. 2.

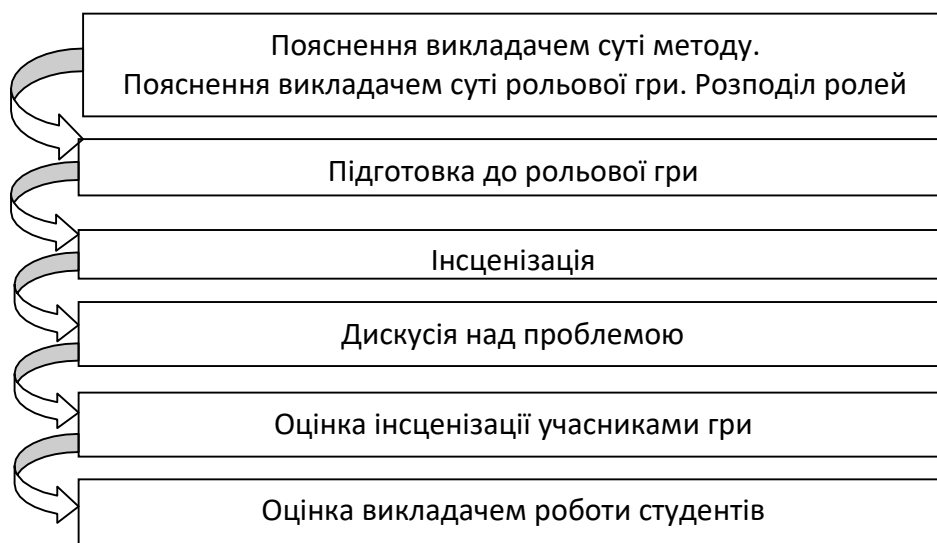


Рис. 2. Алгоритм опрацювання рольової гри

У навчальному курсі рольові ігри доцільно використовувати поряд з іншими інтерактивними методами навчання.

8. Форми контролю

Основними формами організації навчання під час вивчення дисципліни «Туроперейтинг» є лекції, практичні заняття, індивідуальна робота, самостійна робота студентів.

Відповідно до вище зазначених форм організації навчання формами контролю засвоєння програми є: самоконтроль, підготовка та презентація написання контрольних робіт, реферату, виконання індивідуальних практичних завдань та екзамен за період вивчення дисципліни.

Контрольні заходи, які проводяться в університеті визначають відповідність рівня набутих студентами знань, умінь та навичок вимогам нормативних документів щодо вищої освіти і забезпечують своєчасне коригування навчального процесу.

При вивченні навчальної дисципліни «Туроперейтинг» використовуються такі види контролю: поточний, модульний, екзамен.

Вхідний контроль проводиться перед вивченням предмету з метою визначення рівня підготовки студентів з відповідних дисциплін, які формують базу для його опанування. Вхідний контроль проводиться на першому занятті по питаннях, які відповідають програмі попередньої дисципліни. Результати вхідного контролю враховують при коригуванні завдань для самостійної роботи студентів.

Поточний контроль проводиться викладачами у ході аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів за визначеною темою. Основна мета поточного контролю – забезпечення зворотного зв'язку між викладачами та студентами, управління навчальною мотивацією студентів. Інформація, одержана при поточному контролі, використовується як викладачем – для коригування методів і засобів навчання, - так і студентами – для планування самостійної роботи. Особливим видом поточного контролю є підсумковий контроль за змістовими модулями.

Поточний контроль може проводитися у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, виступів студентів при обговоренні теоретичних питань, а також у формі комп'ютерного тестування.

Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення підсумкової оцінки з дисципліни при рубіжному модульному контролі.

Модульний контроль – це контроль знань студентів після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни змістового модуля. Модульний контроль є необхідним елементом модульно-рейтингової технології навчального процесу. Частота проведення цього виду контролю визначається кількістю змістових модулів протягом навчального семестру.

Семестровий контроль з дисципліни „Туроперейтинг” проводиться відповідно до навчального плану у вигляді заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою дисципліни згідно з "Положенням про екзамени та заліки в Національному університеті біоресурсів і природокористування України".

У НУБіП України використовується рейтингова форма контролю після закінчення логічно завершеної частини лекційних та практичних занять (модуля) з певної дисципліни. Її результати враховуються під час виставлення підсумкової оцінки.

Рейтингове оцінювання знань студентів не скасовує традиційну систему оцінювання, а існує поряд із нею. Воно робить систему оцінювання більш гнучкою, об'єктивною і сприяє систематичній та активній самостійній роботі студентів протягом усього періоду навчання, забезпечує здорову конкуренцію між студентами у навчанні, сприяє виявленню і розвитку творчих здібностей студентів.

Форма проведення семестрового контролю є письмовий екзамен - при відповідях на теоретичні питання та тестуванні тощо), зміст і структура екзаменаційних білетів, критерії оцінювання визначаються рішенням кафедри та зазначаються у робочій програмі навчальної дисципліни „Туроперейтинг” й доводяться до відома студентів на першому занятті.

Залік – це вид підсумкового контролю, при якому засвоєння студентом навчального матеріалу з дисципліни оцінюється на підставі результатів поточного та рубіжного модульного контролю.

Екзамен – це вид підсумкового контролю, при якому засвоєння студентом навчального матеріалу з дисципліни оцінюється на підставі результатів поточного модульного контролю та підсумкової атестації. За рівнем виділяють такі види контролю: самоконтроль, кафедральний, факультетський, ректорський та міністерський.

Самоконтроль при вивченні дисципліни «Туроперейтинг» призначений для самооцінки студентами якості засвоєння навчального матеріалу. З цією метою у робочій програмі навчальної дисципліни передбачаються питання для самоконтролю.

9. Розподіл балів, які отримують студенти.

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	Екзамени	Заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни РДИС (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи РНР (до 70 балів): $R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$

9. Методичне забезпечення

1. Силабус навчальної дисципліни «Турозмознавство».
2. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни.
3. Методичні вказівки до проведення практичних занять.
4. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів.

10. Рекомендована література

1. Основна
2. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посібник / Р. І. Балашова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 184с.
3. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.
4. Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей: навч.-метод. посібн. /
5. Г.М. Гуменюк. – Ів.-Франк.: «НАІР», 2014. – 364 с.
6. Кифяк В. Ф. Організація туризму : навч. посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці :
7. Книги-XXI, 2008. – 344с.
8. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник
9. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – 2-ге вид., перероб. та допов. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
10. Мельниченко С. В. Інформаційні технології у туристичній індустрії :
11. підручник / С. В. Мельниченко, Н. І. Ведмідь. – К. : КНТЕУ, 2011. – 280 с.
12. Писаревський І.М. Організація туризму: підручн. /І.М. Писаревський, С.О. Погасій, І.Б. Андренко, М.М. Покологна, І.В. Сегеда. – Харків, 2008. – 541 с.

13. Туроперейтинг : підручн. / за заг. ред. В. Я. Брича [В. Я. Брич, О.Є. Гарбера, О. Я. Гугул, С. І. Гунько, В. А. Даниленко-Кульчицька, М. З. Домбровський, С. П. Крамарчук, Я. О. Мариняк, М. Б. Нагара, А. О. Оливко, В. І. Охота, І. О. Продан, І. Р. Рудкевич, І. В. Скавронська]. – Тернопіль: Економ. Думка ТНЕУ, 2017. – 440 с.

14. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібник

15. / Н. В. Чорненька. – 3-тє вид., доп. і перероб. – К. : Атіка, 2009. – 392 с.

Додаткова

16. Левицька І.В., Чорна Л.О., Корж Н.В. Економіка підприємства: навчальний посібник. Вінниця: ПП «ТД Едельвейс і К», 2008. 369 с.

17. Левицька І.В., Корж Н.В., Кізюн А.Г., Онищук Н.В. Стратегія розвитку регіонального туризму: монографія. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2013. 192 с.

18. Левицька І.В. Маркетингове управління процесом формування туристичного продукту суб'єктами господарської діяльності. Менеджмент суб'єктів господарювання в умовах забезпечення сталого розвитку: кол. монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Тарасюк Г.М. Житомир: ЖДТУ, 2017. 300 с. (С.259-275)

19. Левицька І.В., Корж Н.В., Онищук Н.В. Готельна справа: навчальний посібник. Вінниця: «ПП «ТД Едельвейс і К», 2015. 580 с.

20. Левицька І.В., Климчук А.О. Оцінка ефективності діяльності ресторанного господарства України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 3. С. 56-61.

21. Левицька І.В. Формування попиту та стимулювання збуту послуг готельних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019, № 4. С. 43-50

22. Левицька І.В. Стратегія ефективного використання і розвитку підприємств туристично-рекреаційної сфери. Формування ринкових відносин. 2018. №6. Т.2 С. 54-62.

23. Левицька І.В., Климчук А.О. Механізм формування конкурентоспроможності готельних підприємств. Бізнесінформ. Харків, 2018. №9 (488). С. 232-238.

24. Левицька І.В., Климчук А.О. Формування стратегії управління персоналом в системі ефективного управління підприємством. Формування ринкових відносин в Україні. 2019. Вип. 7-8. С. 68-74

25. Levytska I.V., Mykytsei T.D. Current situation of the tourist industry in Ukraine: problems of development and ways of improvement. Біоекономіка і аграрний бізнес. 2020. №1. С. 63-72.

26. Levytska I., Klymchuk A., Biletska N., Kotseruba N. Strategy of tourism development for the middle-sized town: from scenarios to strategic maps. Journal of Environmental Management and Tourism/ 2020. Volume XI, Issue 6(46). S. 1445-1454.

27. Левицька І.В., Климчук О.А., Басюк Д.І., Москвічова О.С. Економіка туризму: навчальний посібник. Житомир: «ПП «ТД Едельвейс і К», 2020. 488 с
28. Герасименко В. Ліцензування туристичної діяльності в Україні в контексті міжнародного досвіду / В. Герасименко, С. Галасюк // Журнал європейської економіки. – 2011. – №4. – С.405-417.
29. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посібник
30. / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. – К. : Кондор, 2012. – 436 с.
31. 24. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» Закон України від 20 листопада 2003 р. № 1300-IV. Відомості Верховної Ради України. 2004. № 13.С. 434-452

Інтернет-ресурси

32. <http://www.tourism.gov.ua/> – Сайт державної туристичної адміністрації.
33. <http://www.world-tourism.org/> – Сайт з інформацією про розвиток світового туризму.
34. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму і курортів. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ua/>
35. <http://www.igh.ras.ru/> – Сайтотека енциклопедичної літератури.
36. Офіційний веб-сайт Туристичної Асоціації України. – Режим доступу: <http://www.tau.org.ua>
37. Офіційний веб-сайт Української асоціації туристичних агентств. – Режим доступу: <http://www.uata.com.ua>
38. Офіційний веб-сайт Асоціації лідерів турбізнесу України (АЛТУ). – Режим доступу: <http://altu.com.ua>
39. Туристична бібліотека. - Режим доступу: <http://tourlib.net>
40. Маркетинг туризму. - Режим доступу: <http://tourism-marketing.ru>
41. http://rmat-english.narod.ru/slovar/slovar_r.htm – Туристський термінологічний словник (Зорін І.В., Квартальнов В.А.).