МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор Навчально-наукового інституту міжнародних відносин ім. Б.Д. Гаврилишина
Людмила ГАВРИЛЮК-СНСЕН

«29» 08 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

«29» 08 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій
Святослав ПИТЕЛЬ
«29» 08 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 24 Сфера обслуговування
спеціальність – 242 «Туризм і рекреація»
освітньо-професійна програма «Туризм»

Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	ІРС (год.)	Тренінг (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Екзамен (сем.)
Денна	4	7	30	30	4	8	78	150	7
Заочна	4	7, 8	8	4	-	-	138	150	8

29.08.2025 р.

Тернопіль – ЗУНУ. 2025

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» галузі знань 24 Сфера обслуговування, затвердженої Вченою Радою ЗУНУ (протокол № 9 від 15.06.2022 р.).

Робочу програму склав к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу Віталій ОХОТА

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу, протокол № 1 від 28.08.2025 р.

Завідувач кафедри
к. е. наук, доцент Оксана ГУГУЛ

Гарант ОП,
к.е.н., професор Володимир МАЗУР

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

1. Опис дисципліни «Туроперейтинг»

Дисципліна «Туроперейтинг»	**Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти**	**Характеристика навчальної дисципліни**
Кількість кредитів – 5	Галузь знань – 24 Сфера обслуговування	Статус дисципліни: блок обов'язкових дисциплін, цикл професійної підготовки Мова навчання: українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність – 242 Туризм Освітньо-професійна програма «Туризм і рекреація»	Рік підготовки: *Денна – 4* *Заочна – 4* Семестр: *Денна – 7* *Заочна – 7*, 8
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції: *Денна – 30 год.* *Заочна – 8 год.* Практичні заняття: *Денна – 30 год.* *Заочна – 4 год.*
Загальна кількість годин – 150		Індивідуальна робота: *Денна – 4* Тренінг: *Денна – 8 год.* Самостійна робота: *Денна – 78 год.* *Заочна – 138 год.*
Тижневих годин – 8, з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю – екзамен

2. МЕТА Й ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

2.1. Мета вивчення дисципліни.

Метою вивчення дисципліни «Туроперейтинг» є формування системи теоретичних знань, прикладних вмінь і навичок щодо методологічного апарату технології туроперейтингу для вирішення організаційно-економічних завдань, що виникають у сфері туристичної індустрії при розробці або просуванні нового туристичного продукту, заснуванні власного туристичного бізнесу, управліннітуристичними підприємствами.

2.2. Завдання вивчення дисципліни.

Завданнями вивчення дисципліни "Туроперейтинг" є теоретична та практична підготовка студентів з таких питань:

• формування пакетних та індивідуальних програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації (регіону, району, країни);

• формування взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку, нормативно-правове забезпечення співпраці;

• моделювання програм туристичного обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристичних атракцій;

• визначення мотивації подорожей та удосконалення процесів надання туристичних та паратуристичних послуг в пакетних турах тощо.

2.3. Найменування компетентностей, формування яких забезпечує вивчення дисципліни.

СК6. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).

СК7.Здатність розробляти,просувати,реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

СК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

СК9.Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах**.**

СК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.

2.4. Передумови для вивчення дисципліни.

Дисципліна "Туроперейтинг" відповідно до структурно-логічної схеми викладення фахових професійно-орієнтованих дисциплін нормативної частини освітньо-професійної програми підготовки фахівців зі спеціальності 242 "Туризм і рекреація", викладається після вивчення дисциплін: «Організація курортного господарства», «Управління ризиками у сфері професійної діяльності», «Рекреаційно-туристичні послуги», «Галузі туризму».

2.5. Результати навчання.

Результати навчання згідно ОПП:

ПР01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.

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.

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**.**

3. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Тема 1. ПІДПРИЄМСТВО ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Поняття туризму та історичні аспекти його розвитку. Класифікація підприємств туристичної індустрії. Особливості, принципи та функції менеджменту в туристичному бізнесі.

Література: 1; 2; 3; 7; 10.

Тема 2. ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Сутність туроператорської діяльності. Роль та завдання туроператора на туристичному ринку. Види туроператорів за спеціалізацією, територіальним рівнем та формою організації. Основні функції туроператора. Особливості діяльності виїзних (OutboundTourOperators), в'їзних (InboundTourOperators) та місцевих (InsideTourOperators) туроператорів.

Література: 5; 8; 11; 14; 18.

Тема 3. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА

Сутність, особливості та складові туристичного продукту. Види та характеристика найпопулярніших турів. Тур-пакет: поняття та основні характеристики. Складові тур-пакету. Технологія проектування туристичних послуг. Етапи розробки нового туру. Життєвий цикл туристичного продукту.

Література: 3; 6; 9; 13; 19; 21.

Тема 4. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРОПЕРАТОРА

Концепція збутової політики в туризмі. Суть та значення каналів розподілу туристичних продуктів. Роль маркетингових систем у розподілі туристичних продуктів. Формування туристичними підприємствами збутової стратегії.

Література: 2; 4; 6; 8; 10; 15.

Тема 5. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ З ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

Організація обслуговування туристів у готельних закладах. Організація обслуговування туристів у закладах харчування. Організація транспортного та екскурсійного обслуговування туристів. Організація обслуговування клієнтів туристичними підприємствами.

Література: 1; 6; 9; 17; 22; 24.

Змістовий модуль 2. ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Тема 6. ФІНАНСОВІ ТА ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Фінансова схема роботи туроператора. Облікова політика. Облік витрат туроператора та формування собівартості туристичних послуг. Методи розрахунку ціни туристичної послуги. Кінцева ціна туру: фактори що на неї впливають. Сезонні коливання цін в туризмі. Формування фонду заробітної плати на підприємстві туроператора. Податковий облік.

Література: 2; 4; 7; 9; 11; 19; 25.

Тема 7. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Мета, цілі та завдання управління якістю туристичних послуг. Критерії оцінки якості комплексного туристичного продукту. Ліцензування і стандартизація туристичної діяльності. Формування системи управління якістю на туристичному підприємстві.

Література: 3; 6; 8; 9; 12; 14; 20.

Тема 8. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРОПЕРАТОРА

Сутність та основні принципи ефективного управління персоналом. Планування та підбір персоналу. Управління професійним розвитком працівників. Кваліфікаційні вимоги до спеціалістів в сфері туроперейтингу.

Література: 1; 7; 9; 13; 16; 23; 25.

Тема 9. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРОПЕРАТОРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Особливості стратегування на підприємствах туристичної сфери. Система стратегічного менеджменту туристичного підприємства. Стратегічний план туристичного підприємства: характерні ознаки, відмінні особливості. Корпоративна культура: взаємозв'язок її складових та їх вплив на стратегічний розвиток туристичного підприємства. CRM-система як дієвий інструмент стратегічного менеджменту туристичного підприємства.

Література: 2; 5; 10; 14; 15; 17; 21.

Тема 10. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Інформаційно-комунікаційні технології в туристичному бізнесі. Використання програмного забезпечення та можливостей мережі Інтернет з метою планування, розробки, організації та просування турів. Характеристики електронних систем бронювання туристичних послуг. Програмне забезпечення в операційній діяльності туроператора.

Література: 3; 8; 11;12; 18; 22; 24.

4. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»
(денна форма навчання)

Назва теми	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	Індивідуальна робота	Тренінг	Самостійна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ						
Тема 1. Підприємство туристичної індустрії як об'єкт управління	2	2	2	4	8	Тести, запитання
Тема 2. Понятійний апарат туроперейтингу	4	4			7	Тести, запитання
Тема 3. Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора	2	2			8	Кейси, ділові ігри
Тема 4. Управління збутовою діяльністю туроператора	4	4			8	Тести, запитання
Тема 5. Організація діяльності з обслуговування туристів	2	2			8	Кейси, тренінги
Змістовий модуль 2. ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ						
Тема 6. Фінансові та облікові аспекти туроперейтингу	2	2	1	4	8	Ділові ігри, запитання
Тема 7. Управління якістю комплексного туристичного обслуговування	4	4			8	Кейси, тести
Тема 8. Управління персоналом на підприємстві туроператора	4	4			7	Тренінги, запитання
Тема 9. Стратегічний менеджмент в туроператорській діяльності	2	2			8	Ділові ігри, тести
Тема 10. Інформаційні технології в туроперейтингу	4	4			8	Кейси, тренінги
Разом	**30**	**30**	**4**	**8**	**78**	

(заочна форма навчання)

Назва теми	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ			
Тема 1. Підприємство туристичної індустрії як об'єкт управління	1	2	12
Тема 2. Понятійний апарат туроперейтингу			13
Тема 3. Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора	1		12
Тема 4. Управління збутовою діяльністю туроператора			13
Тема 5. Організація діяльності з обслуговування туристів	1		13
Змістовий модуль 2. ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ			
Тема 6. Фінансові та облікові аспекти туроперейтингу	1	2	12
Тема 7. Управління якістю комплексного туристичного обслуговування	1		13
Тема 8. Управління персоналом на підприємстві туроператора	1		12
Тема 9. Стратегічний менеджмент в туроператорській діяльності	1		13
Тема 10. Інформаційні технології в туроперейтингу			12
Разом	**8**	**4**	**138**

5. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ

Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.

Тема. ПІДПРИЄМСТВО ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Мета: закріплення теоретичних та нормативно-правових основ туристичної індустрії**.**

Питання для обговорення:

1.1. Поняття туризму та історичні аспекти його розвитку.

1.2. Класифікація підприємств туристичної індустрії.

1.3. Особливості, принципи та функції менеджменту в туристичному бізнесі.

1.4. Практичне завдання: підготувати повідомлення-презентацію про туристичні ресурси однієї з країн світу (на вибір).

Література: 1; 2; 3; 7; 10.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2, 3.

Тема. ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Мета: обґрунтування теоретичних та нормативно-правових основ туроперейтингу.

Питання для обговорення:

2.1. Сутність туроператорської діяльності.

2.2. Роль та завдання туроператора на туристичному ринку.

2.3. Види туроператорів за спеціалізацією, територіальним рівнем та формою організації.

2.4. Основні функції туроператора.

2.5. Особливості діяльності виїзних (OutboundTourOperators), в'їзних (InboundTourOperators) та місцевих (InsideTourOperators) туроператорів.

2.6. Практичне завдання: підготувати повідомлення-презентацію про одну з відомих туристичних дестинацій світу.

Література: 5; 8; 11; 14; 18.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4.

Тема. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА

Мета: вироблення умінь та навичок здійснення оцінки туристичного продукту.

Питання для обговорення:

3.1. Сутність, особливості та складові туристичного продукту.

3.2. Види та характеристика найпопулярніших турів.

3.3. Тур-пакет: поняття та основні характеристики.

3.4. Складові тур-пакету.

3.5. Технологія проектування туристичних послуг.

3.6. Етапи розробки нового туру.

3.7. Життєвий цикл туристичного продукту.

3.8. Практичне завдання: підготувати повідомлення-презентацію про різні туристичні центри світу (спортивного туризму, гірськолижного туризму, ділового туризму, конгресивно-виставкового туризму, фестивального туризму, лікувального і оздоровчого туризму, релігійного туризму, бізнес-туризму, інтенсив-туризму).

Література: 3; 6; 9; 13; 19; 21.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5, 6.

Тема. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРОПЕРАТОРА

Мета: вивчення методичних підходів до організації збутової діяльності в туризмі.

Питання для обговорення:

5.1. Концепція збутової політики в туризмі. Суть та значення каналів розподілу туристичних продуктів.

5.2. Роль маркетингових систем у розподілі туристичних продуктів.

5.3. Формування туристичними підприємствами збутової стратегії.

5.4. Практичне завдання: підготувати повідомлення-презентацію «Іноземний туризм в Україні: динаміка та проблеми розвитку».

Література: 2; 4; 6; 8; 10; 15.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7.

Тема. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ З ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

Мета: опанування практичного інструментарію розробки та реалізації стратегії обслуговування туристів.

Питання для обговорення:

6.1. Організація обслуговування туристів у готельних закладах.

6.2. Організація обслуговування туристів у закладах харчування.

6.3. Організація транспортного та екскурсійного обслуговування туристів.

6.4. Організація обслуговування клієнтів туристичними підприємствами.

6.5. Практичне завдання: підготувати повідомлення-презентацію «Розвиток міжнародного туризму в країнах Азії».

Література: 1; 6; 9; 17; 22; 24.

Змістовий модуль 2. ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8.

Тема. ФІНАНСОВІ ТА ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Мета: закріплення теоретичних та нормативно-правових основ фінансових аспектів у туроперейтингу.

Питання для обговорення:

7.1. Фінансова схема роботи туроператора.

7.2. Облікова політика.

7.3. Облік витрат туроператора та формування собівартості туристичних послуг.

7.4. Методи розрахунку ціни туристичної послуги.

7.5. Кінцева ціна туру: фактори що на неї впливають.

7.6. Сезонні коливання цін в туризмі.

7.7. Формування фонду заробітної плати на підприємстві туроператора.

7.8. Податковий облік.

7.9. Розв'язування задач.

Література: 3; 6; 8; 9; 12; 14; 20.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9, 10.

Тема. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Мета: опанування практичного інструментарію управлінь якістю в туризмі.

Питання для обговорення:

8.1. Мета, цілі та завдання управління якістю туристичних послуг.

8.2. Критерії оцінки якості комплексного туристичного продукту.

8.3. Ліцензування і стандартизація туристичної діяльності.

8.4. Формування системи управління якістю на туристичному підприємстві.

8.5. Ситуаційне завдання.

Література: 2; 5; 10; 14; 15; 17; 21.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 11, 12.

Тема. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРОПЕРАТОРА

Мета: опанування практичними навичками організації процесу управління людськими ресурсами на підприємствах туристичної сфери.

Питання для обговорення:

9.1. Сутність та основні принципи ефективного управління персоналом.

9.2. Планування та підбір персоналу.

9.3. Управління професійним розвитком працівників.

9.4. Кваліфікаційні вимоги до спеціалістів в сфері туроперейтингу.

9.5. Практичне завдання: ділова гра «Перший контакт з клієнтом. Прямі продажі».

Література: 4; 7; 12; 15; 20.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 13.

Тема. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Мета: вироблення умінь та навичок використання інформаційних технологій в туризмі.

Питання для обговорення:

11.1. Інформаційно-комунікаційні технології в туристичному бізнесі.

11.2. Використання програмного забезпечення та можливостей мережі Інтернет з метою планування, розробки, організації та просування турів.

11.3. Характеристики електронних систем бронювання туристичних послуг.

11.4. Програмне забезпечення в операційній діяльності туроператора.

Література: 3; 8; 11;12; 18; 22; 24.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 14, 15

Тема. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРОПЕРАТОРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Мета: сформувати практичні навички розробки та реалізації стратегій розвитку туроператорського підприємства, опанувати методи стратегічного аналізу та планування в туристичній галузі.

Питання для обговорення:

1. Які особливості стратегічного управління туроператорським бізнесом порівняно з іншими галузями економіки?
2. Як сформулювати місію та бачення туроператорської компанії, щоб вони відображали її унікальну цінність на ринку?
3. Які методи стратегічного аналізу (SWOT, PEST, п'ять сил Портера, BCG-матриця) найефективніші для оцінки становища туроператора на ринку?
4. Яким чином туроператор може обрати оптимальну конкурентну стратегію (лідерство за витратами, диференціація, фокусування)?
5. Які фактори слід враховувати при виборі стратегії диверсифікації турпродукту?
6. Як розробити стратегію виходу туроператора на нові географічні ринки?
7. Які стратегії вертикальної та горизонтальної інтеграції можуть використовувати туроператори?
8. Яким чином цифрова трансформація впливає на стратегічний розвиток туроператорського бізнесу?
9. Які ключові показники ефективності (KPI) слід використовувати для моніторингу реалізації стратегії?
10. Як забезпечити гнучкість стратегії туроператора в умовах кризових ситуацій та невизначеності?

Література: 1; 5; 10; 12; 15; 20.

Форми і критерії оцінювання

Поточне опитування під час заняття:

90–100 балів – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає під час відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань, тестових та практичних завдань.

75–89 балів – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, але на додаткові контрольні запитання відсутня повна відповідь, при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

60–74 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом та викладає його основний зміст, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки, відповіді на запитання нечіткі.

1–59 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Підсумкова оцінка за поточне опитування кожного модуля визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час занять в межах кожного модуля.

Модульний контроль:

90–100 балів – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань, тестових та практичних завдань.

75–89 балів – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, але на додаткові контрольні запитання відсутня повна відповідь, при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

60–74 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом та викладає його основний зміст, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки, відповіді на запитання нечіткі.

1–59 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

6. ТРЕНІНГ З ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

Мета тренінгу з дисципліни «Туроперейтинг» – формування у студентів цілісного бачення, критичного мислення та пропонування обґрунтованих рішень на основі використання теоретичних знань під час розв'язання практичних завдань та вміння змістовно інтерпретувати отримані результати. Успішне проходження тренінгу сприяє посиленню практичної спрямованості у підготовці фахівців за ступенем вищої освіти «бакалавр».

Завдання для тренінгу:

Завдання 1: "Розробка нового турпродукту" Створіть презентацію (12-15 слайдів) з повною концепцією нового турпродукту: цільова аудиторія, маршрут, програма, калькуляція, маркетингова стратегія, конкурентні переваги. Додайте візуалізації та фінансові прогнози.

Завдання 2: "Аналіз діяльності туроператора" Оберіть реального туроператора (українського чи міжнародного) та підготуйте аналітичну презентацію (10-12 слайдів): історія компанії, продуктовий портфель, позиціювання, SWOT-аналіз, рекомендації щодо розвитку.

Завдання 3: "Антикризове управління у туроперейтингу" Розробіть презентацію (8-10 слайдів) з планом антикризових заходів для туроператора у конкретній кризовій ситуації (форс-мажор, банкрутство партнера, репутаційна криза). Включіть комунікаційну стратегію та фінансові рішення.

Оцінка за тренінг визначається в обсязі:

90–100 балів – студент у повному обсязі володіє розумінням питань, що розглядаються, глибоко, самостійно та аргументовано розкриває зміст особистих розрахунків, всебічно обґрунтовує загальний висновок;

75–89 балів – студент достатньо повно володіє розумінням питань, що розглядаються, але при розкритті змісту деяких завдань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки, студент не повною мірою обґрунтовує загальний висновок;

60–74 бали – студент загалом володіє матеріалом та демонструє його загальне розуміння, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки;

1–59 балів – студент не в повному обсязі володіє матеріалом розгляду, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) пояснює та недостатньо розкриває особливості розрахунку, допускаючи при цьому суттєві неточності, загальний висновок не є обґрунтованим**.**

7. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Організація самостійної роботи студентів вимагає особливої уваги, тому, що частина питань, кожної теми виноситься на самостійне вивчення студентами. Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених кафедрою для вивчення навчальної дисципліни. Методичні матеріали передбачають можливість проведення самоконтролю (питання, тестування) з боку студента. Самостійна робота над засвоєнням дисципліни може виконуватися у читальних залах університету, навчальних кабінетах та комп'ютерних лабораторіях, в домашніх умовах. Кафедра забезпечує консультації з окремих найскладніших тем курсу. Викладачі кафедри здійснюють також

поточний і підсумковий контроль та аналізують результати самостійної роботи студента. Студент обирає одне із запропонованих завдань, виконує його згідно рекомендацій. Виконане завдання оформляється у вигляді реферату, есе, чи презентації.

Навчальний матеріал, передбачений для засвоєння під час самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальними матеріалом, який опрацьовується на навчальних заняттях.

Зміст самостійної роботи:

Завдання 1: Аналіз туроператорів на ринку. Оберіть 3 туроператори (один міжнародний та два українських). Порівняйте їх за критеріями: асортимент турів, цінова політика, цільова аудиторія, канали збуту, онлайн-присутність. Оформіть у вигляді порівняльної таблиці з висновками (2-3 сторінки).

Завдання 2: Калькуляція тур пакету. Розрахуйте вартість 7-денного туру для групи з 20 осіб до обраної вами країни. Врахуйте: авіаперевезення, проживання, харчування, трансфери, екскурсії, страховку, комісію агентам (10%), маржу туроператора (15%). Оформіть детальну калькуляцію.

Завдання 3: Розробка програми туру. Створіть детальну програму 5-денного тематичного туру (гастрономічний, культурний, активний - на вибір). Включіть: опис кожного дня по годинах, об'єкти відвідування, особливості харчування, рекомендації для туристів, карту маршруту.

Завдання 4: Договірна база туроператора. Складіть перелік необхідних договорів для туроператора (мінімум 8 видів). До кожного договору опишіть: з ким укладається, основні умови, що регулює, особливості. Оформіть у вигляді структурованої таблиці.

Завдання 5: SWOT-аналіз туристичного напрямку. Оберіть туристичне напрямок (країну або регіон) та проведіть його SWOT-аналіз з позиції туроператора. На основі аналізу сформулюйте рекомендації щодо просування цього напрямку на ринку (3-4 сторінки).

Оцінка за «Самостійну роботу» (оформлену у вигляді реферату, есе, презентації) виставляється таким чином:

90-100 балів – студент у повному обсязі володіє матеріалом, винесеним на самостійну роботу, вільно самостійно та аргументовано викладає його під час доповіді, глибоко та всебічно розкриває його зміст;

75–89 балів – студент достатньо повно володіє матеріалом, винесеним на самостійну роботу, але при викладенні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки;

60–74 бали – студент в цілому володіє матеріалом, винесеним на самостійну роботу, та викладає його основний зміст, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки;

1–59 балів – студент не в повному обсязі володіє матеріалом, винесеним на самостійну роботу, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває його зміст, допускаючи при цьому суттєві неточності.

8. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення дисципліни “Туроперейтинг” використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

– поточне опитування, тестування;
– презентації результатів виконаних завдань;
– оцінювання результатів модульної контрольної роботи;
– оцінювання комплексного практичного індивідуального завдання;
– оцінювання результатів самостійної роботи студентів;
– інші види індивідуальних і групових завдань;
–іспит.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У навчальному процесі застосовуються: лекції, практичні та індивідуальні заняття, консультації, самостійна робота, робота у групах, методи опитування, тестування, моделювання практичних ситуацій, реферування, есе, підготовка і презентація проектів.

10. ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання усіх видів завдань студентами і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів проводиться в установленому порядку.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час проведення контрольних заходів заборонені. Під час контрольного заходу студент може користуватися лише дозволеними допоміжними матеріалами або засобами, йому забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією з іншими студентами, використовувати, розповсюджувати, збирати варіанти контрольних завдань.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування тощо) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу та з дозволу дирекції факультету.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Туроперейтинг» визначається як середньозважена величина залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

11. КРИТЕРІЇ, ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

В процесі вивчення дисципліни "Туроперейтинг " використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100-бальною шкалою:

Модуль 1		**Модуль 2**		**Модуль 3**	**Модуль 4**	**Модуль 5**
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточн. оцінюв.	Модульн. контр. 1	Поточн. оцінюв.	Модульн. контр. 2	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять	1. Теоретичні питання (2 пит.)– макс. 60 балів. 2. Кейс (1 кейс) – макс.50 балів. (За змістовим модулем 1)	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять	1. Теоретичні питання (2 пит.)– макс. 60 балів. 2. Кейс (1 кейс) – макс.50 балів. (За змістовим модулем 2)	Оцінка за завдання з тренінгу (4 завдання по 25 балів)	Оцінка за виконання самостійної роботи (реферат, ессе, презентація)	1. Теоретичні питання (2 пит.)– макс. 50 балів. 2. Тестові завдання (10 тестів по 2 бали за тест) – макс. 20 балів. 3. Кейс (1 кейс) – макс.30 балів.

Шкала оцінювання

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	A (відмінно)
85-89	Добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)

65-74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	Незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

12. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

№	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійний проектор	1-10
2.	Проєкційний екран	1-10
3.	Комунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox)	1-10
4.	Наявність доступу до мережі Інтернет	1-10
5.	Персональні комп’ютери	1-10
6.	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	1-10
7.	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-10
8.	Програмне забезпечення: ОС Windows	1-10
9.	Інструменти Microsoft Office (Word; Excel; Power Point і т. і.)	1-10
10.	Google Forms, Google Sheets	1-10

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Баженова С.А., Поговська Ю.Ю. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI:10.32782/2524-0072/2022-38-22.

2. Валінкевич, Н., Осіпчук, А. Економічний аналіз діяльності підприємств туристичної інфраструктури під час воєнного стану в україні. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-153

3. Дичковський С. І. Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства: монографія. Київ: Ліра К, 2020. 384 с.

4. Індустрія туризму й гостинності: сучасні виклики та перспективи : кол. моногр. за ред. І. М. Поворознюк ; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2022. 173 с.

5. Інноваційні технології у готельному господарстві : навч. посіб. / Н. М. Влащенко. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 150 с.

6. Коваленко Н. SWOT-аналіз потенціалу післявоєнного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 60. DOI: https:// doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-61.

7. Матвійчук Л. Ю., Дащук Ю. Є. Європейський вектор сталого розвитку індустрії гостинності України. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 45. URL: http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1937.

8. Миронов Ю. Б. Регулювання та прогнозування туристичного попиту в контексті сталого розвитку туризму. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній* Європі. 2024. № 10. С. 17—23. DOI: https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-10-3.

9. Моргулець О. Б., Нищенко О. В. Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі.* 2023. № 8. С. 88—96. DOI: https:// doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-12.

10. Мугиль К. М. Тенденції розвитку міжнародного ринку туристичних послуг. *Економіка та держава*. 2022. № 5. С. 110–114. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.5.110.

11. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навч. л-ри, 2021. 348 с.

12. Охота В.І. Інноваційні підходи щодо формування конкурентних туристичних продуктів (послуг): зарубіжний та вітчизняний досвід. *Науковий журнал "Інноваційна економіка",* 2021. № 1-2. С. 108-113.

13. Охота В. І. Розвиток інноваційних кластерів у туристичній індустрії України: досвід та перспективи. *Економічний аналіз.*2025. Том 35. № 1. С. 616-627.

14. Охота В.І., Брич В.Я. Показники якості послуг (продуктів) туристичної індустрії (методичний та емпіричний аспект). *Науково-практичний журнал* «*Економіка та держава»*, 2020. № 4. С.68-73.

15. Охота В., Гуменюк А. Проблеми розвитку підприємств сфери гостинності у XXI столітті. *Науковий журнал "Інноваційна економіка",* 2023. № 1. С. 39-44.

16. Охота В. І., Оливко О. А. Менеджмент туристичних підприємств в умовах переорієнтації на стійкі практики в контексті глобальних кліматичних змін. *Інноваційна економіка* 2024. Вип. 3 (8). http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/1275/1377.

17. Розвиток індустрії гостинності: сучасний погляд : монографія / наук. ред. Н.В. Лохман. Кривий ріг : ДонНУЕТ, 2021. 170 с.

18. Стойко І., Зарихта Д., Бажанова Н. Індустрія туризму: проблеми і перспективи відновлення та оновлення готельного бізнесу після пандемії коронавірусу. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2021. Вип. 2 (25). С. 221—233. URL: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/ 2021/21siippk.pdf.

19. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : кол. монографія [Електронний ресурс] / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2021. 189 с. URL :

https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3255/1/%D0%A2%D0%A3%D0%A0%D0%98%D0%97%D0%9C_%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84i%D1%8F%202021.pdf.

20. Федоришина Л., Головчук Ю., Боднар Р. Туризм як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 57. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88.

21. Ханенко А., Бобко Н. Туризм і російсько-українська війна: проблеми сьогодення та перспективи післявоєнного відновлення. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. №3. С. 558—567. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2024.03.558.

22. Bajaal S. AR/VR in Travel & Tourism Market to Grow During the Forecast Period. January, 2023. URL: https://www.techsciresearch.com/report/ a r - v r - i n - t r a v e l - a n d - t o u r i sm-ma r k e t / 14620.html?utm.

23. Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. INSIGHT REPORT MAY 2022. World Economic Forum. URL: https://www.weforum.org/publications/travel-andtourism-development-index-2021/.

24. World Travel & Tourism Council (WTTC). Economic Impact Reseach. GLOBAL TRENDS. URL: https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf

25. Wynn M., Lam C. Digitalisation and IT Strategy in the Hospitality. *Industry Systems*. 2023. Vol. 11 (10). DOI: https://doi.org/10.3390/systems11100501.