

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Директор Навчально-наукового  
інституту міжнародних відносин  
ім. Б.Д. Гаврилишина  
Ірина ІВАЦІУК

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

В.о. проректора з науково-  
педагогічної роботи  
Віктор Островерхов

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Директор навчально-наукового  
інституту новітніх освітніх  
технологій

Святослав ПИТЕЛЬ  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА  
з дисципліни  
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»**

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

**Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу**

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Екзамен
Денна	4	7	39	26	4	10	71	150	7
Заочна	4	1	8	4	–	–	138	150	2

Тернопіль – 2023

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю 242 Туризм галузі знань 24 Сфера обслуговування, затвердженої Вченою Радою ЗУНУ (№ 10 від 26.06.2020 року).

Робочу програму склав:

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу Віталій ОХОТА

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу, протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Завідувач кафедри  
к. е. наук, доцент

Оксана ГУГУЛ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 242 Туризм, протокол № 1 від 30.08.2023 р.

Гарант ОП «Туризм»

Володимир МАЗУР

Голова групи забезпечення спеціальності  
к. е. наук, доцент

Оксана ГУГУЛ

# СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “ТУРОПЕРЕЙТИНГ ”

## 1. Опис дисципліни “ ТУРОПЕРЕЙТИНГ ”

Дисципліна – “Туроперейтинг”	Напрямок, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань 24 “Сфера обслуговування”	Дисципліна циклу професійної та практичної підготовки
Кількість залікових модулів: 4	Спеціальність – 242 “Туризм” Освітня програма “ Управління туристичним бізнесом ”	Рік підготовки: <i>Денна – 4</i> Семестр: <i>Денна – 8</i>
Кількість змістових модулів – 3	Освітньо-кваліфікаційний рівень – бакалавр	Лекції: <i>Денна – 24</i> Практичні заняття: <i>Денна – 24</i>
Загальна кількість годин – Денна форма - 150 год.		Самостійна робота <i>Денна – 95 год</i> <i>Тренінг – 4 год.</i> Індивідуальна робота – 3 год.
Тижневих годин – 8, з них аудиторних – 3		Вид підсумкового контролю – <i>Денна – екзамен,</i>

## 2. МЕТА Й ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

### 2.1. Мета вивчення дисципліни.

Туристична індустрія відіграє значну роль в економіці більшості країн світу, стимулює соціальний розвиток туристичних дестинацій, активізує інноваційну та інвестиційну діяльність, має великий потенціал, який дозволяє внести конструктивний вклад у сталий розвиток країн та регіонів. Сфера туризму має також свої особливості функціонування та розвитку, що проявляються у збільшенні частки туристичного бізнесу в міжнародній торгівлі послугами, у формуванні сучасного конкурентоспроможного національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг, в створенні більш сприятливих соціально-економічних умов для споживання туристичного продукту і задоволення туристичних потреб населення.

Тому, стає все більш актуальним, подальший розвиток туроперейтингу, як діяльності у сфері туризму, спрямованої саме на формування комплексного туристичного продукту, оптимізацію умов його споживання, шляхом розробки пакету програм перебування та обслуговування зарубіжних і внутрішніх туристів на маршрутах різноманітних турів. Але водночас, туроператорська діяльність розглядається як провідна форма туристичного бізнесу, що повинна приносити користь місцевому населенню, зайнятому у туристичному обслуговуванні туристів, створювати додаткові робочі місця у сфері послуг, тим самим посилюючи економіку приймаючої країни або регіону. І туристичний бізнес, як вид підприємницької діяльності, на практиці все частіше не обмежується лише розробкою нових турів, але й розширює пропозиції у виборі варіантів комплексного туристичного продукту, підвищує якість туристичного сервісу, гарантує обслуговування туристів на обумовленому рівні, посилює контроль за надійністю та безпекою туристичного супроводу.

Зростаюча конкуренція між основними гравцями туристичної індустрії – операторами туристичної діяльності, мотивує більш якісно підходити до технологічного процесу розробки туристичного продукту, постійно розширювати асортимент пропонованих основних та додаткових туристичних послуг, вдосконалювати схеми співпраці та структуру договірних взаємовідносин з постачальниками та діловими партнерами, шукати нові канали збуту тощо. Тому, питанням вдосконалення і оптимізації менеджменту, маркетингу і логістики туроператорської діяльності слід приділяти більш вагоме місце в практиці туристичного обслуговування.

**Метою** вивчення дисципліни «Туроперейтинг» є формування системи теоретичних знань та прикладних вмінь і навичок щодо методологічного апарату технології туроперейтингу для вирішення конкретних економічних завдань, що виникають у сфері туристської індустрії при розробці або просуванні нового тур продукту, заснуванні власного туристичного бізнесу, управлінні туристичними підприємствами або використанні послуг, що вони надають

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

**Об'єктом** дисципліни є форми та закономірності розвитку підприємств туристичної індустрії.

Навчальна дисципліна “Туроперейтинг” базується на основі знань, отриманих в процесі вивчення таких дисциплін як: «Організація туристичних подорожей», «Організація транспортного обслуговування в туризмі», «Туристичні ресурси України», «Туристичне країнознавство», «Правове регулювання туристичної діяльності».

Дисципліна “Туроперейтинг” повинна сприяти формуванню висококваліфікованих фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр”.

## 2.2. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни:

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійними компетентностей, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1

### Професійні компетентностей, які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни

Код компетентності	Назва компетентності	Складові компетентності
ПП 1.2.1	здатність до організації процесу обслуговування туристів в процесі споживання туристичного продукту	здатність до аналізу та співставлення інформації щодо туризму як економічного напрямку діяльності (у тому числі стосовно туроперейтингу)
		здатність надавати послуги з бронювання туристичних послуг
		здатність організовувати процес екскурсійного обслуговування
		здатність організовувати комплекс заходів за різними видами транспорту
	здатність надавати вичерпну інформації потенційним та існуючим туристам	
ПП 1.2.2	здатність до моделювання туристичної діяльності	здатність до встановлення взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку
		здатність до оцінювання нормативно- правової основи взаємодії суб'єктів туристичного ринку
		здатність організовувати процес створення та розвиток агентської мережі;
		здатність до сприйняття та впровадження сучасних напрямів удосконалення діяльності туристичних фірм
ПП 1.2.3	здатність до формування та просування пакетних та індивідуальних турів, а також програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу	здатність до визначення потреб туристичного ринку та формування комплексу відповідних послуг;
		здатність складати, оформлювати та оперувати туристичною документацією при формуванні та реалізації туристичного продукту
		здатність розробляти програми туристичного обслуговування з врахуванням мети подорожей, типу клієнтів та наявних туристичних атракцій
		здатність до розрахунку вартості туру та встановлення ціни
		здатність до організації просування та продажу турів

	дестинації (регіону, району, країни)	
--	--	--

### 2.3. Завдання вивчення дисципліни.

Завданням туроперейтингу як науки є виявлення економічних, соціальних, психологічних, організаційних та управлінських закономірностей з метою визначення і використання на практиці більш ефективних способів та методів підвищення задоволеності туристів від споживання турпродукту.

Туроперейтинг нерозривно зв'язаний з іншими науками та взаємодіє з ними на різних ієрархічних рівнях управління суспільством та суспільним виробництвом. Вона об'єднує природознавство, географію, психологію, рекреалогію, соціологію, економіку, політику та управління, що потребує від студентів широкої області загальноосвітніх та спеціально- економічних знань. Необхідним елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни є самостійна робота студентів з економічною літературою та нормативно-правовими актами.

Знання з туроперейтингу необхідні спеціалісту для оцінки ситуації на ринку туристських послуг, створення та грамотного ведення власної справи у сфері туристичної діяльності, планування та проектування турів та розрахунку їх вартості. Необхідна навчальна база перед початком вивчення дисципліни: з метою найкращого засвоєння матеріалу студенти повинні до початку вивчення даної навчальної дисципліни опанувати знаннями і навичками в галузі основ туризму, діяльності туристичних організацій та загальної теорії й практики економіки туризму, географії, а також економічної теорії, менеджменту, маркетингу.

У результаті вивчення дисципліни студенту необхідно:

**знати:**

- сутність категорій "туроперейтинг", "туристичний продукт", "туристичний пакет", "туристична організація", "туристична індустрія";
- сутність туроператорської діяльності;
- основні технологічні процеси туристської діяльності: виробництво, реалізація, споживання туристських послуг; технології та організація туристичних подорожей;
- особливості страхування в туризмі;
- оформлення різних видів туристичних документів;
- технології оформлення, ведення обліку та зберігання туристичної документації;
- порядок оформлення виїзду українських громадян за кордон;
- визначення прав і обов'язків туристів, умов забезпечення й виконання претензійної роботи в туризмі;
- параметрів створення турпродукту підприємства, форм аквізиції туристичної активності;
- умов бронювання туристичного обслуговування;
- організації обліку і контролю надання послуг, оформлення туристичної звітності;
- визначення та забезпечення безпеки туристичних подорожей.

Для набуття професійно-дисциплінарних компетентностей студенту необхідно:

**вміти:**

- визначати параметри туристичних потоків;
- проводити аналіз основних напрямів руху туристів;
- застосовувати графо-аналітичні моделі програм туристичного обслуговування;
- вести діяльність туристичних підприємств у відповідності до нормативно-правової бази;
- розробляти програми туристичного обслуговування;
- бронювати послуги за допомогою різних засобів комунікації та оформляти листи підтвердження про бронювання;
- оформлювати проїзні документи туристів;
- виконувати необхідні формальності туристичної діяльності;
- організовувати взаємодію з туроператорами, консолідаторами рейсів та турів, рецептивними та ініціативними туроператорами;
- визначати ціни та розробляти систему знижок на туристичні продукти;
- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;
- розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи тур фірми.

#### **2.4. Завдання лекційних занять.**

Основне завдання проведення лекційних занять полягає в ознайомленні студентів з основними методологічними і методичними питаннями туроперейтингу.

Головними завданнями проведення практичних занять з дисципліни «Туроперейтинг» є теоретична та практична підготовка студентів з питань:

- розвитку системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу;
- засвоєння нормативно-правової бази туроператорської діяльності;
- оволодіння понятійно-термінологічним апаратом технології туроперейтингу;
- вивчення особливостей співпраці туроператора з постачальниками туристичних послуг та діловими партнерами;
- визначення потреб туристичного ринку та формування нового туристичного продукту на основі комплексу відповідних послуг, що користуються попитом туристів;
- формування вмінь щодо створення конкурентоспроможного і якісного турпродукту, відпрацювання схем його просування та реалізації на ринку туристичних послуг;
- оволодіння методикою розробки турів, прокладання туристичних маршрутів і складання програм туристичного обслуговування;
- відпрацювання усіх складових організаційно-технічного забезпечення, туристичного супроводу та організації якісного обслуговування туристів на маршрутах турів;
- засвоєння та дотримання вітчизняних і міжнародних стандартів туристичного обслуговування;

- забезпечення документаційного оформлення турів та комплектації туристичних пакетів;
- організації обліку і контролю надання туристичних послуг і оформлення туристичної звітності;
- гарантування та забезпечення безпеки туристів під час туристичних подорожей;
- використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій з метою планування, розробки, організації та просування турів.

## **2.5. Завдання проведення практичних занять.**

Завдання проведення практичних занять полягає у виробленні у студентів практичних навичок і вмінь формування і реалізації управлінських підходів у сфері туropolерейтингу.

У результаті вивчення дисципліни “Туropolерейтинг” студент повинен вміти:

- використовувати знання, отримані при вивченні фундаментальних і спеціальних дисциплін;
- визначати потреби туристичного ринку та формувати новий туристичний продукт на основі комплексу відповідних послуг, що користуються попитом у туристів;
- володіти методикою розробки турів, прокладання туристичних маршрутів і складання програм туристичного обслуговування;
- забезпечувати документальне оформлення турів та комплектації туристичних пакетів;
- використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології з метою планування, розробки, організації та просування турів.

## **Програма дисципліни “ТУРОПЕРЕЙТИНГ”**

### **Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ 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

#### **Тема 2. ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ**

Сутність туropolераторської діяльності. Роль та завдання туropolератора на туристичному ринку. Види туropolераторів за спеціалізацією, територіальним рівнем та формою організації. Основні функції туropolератора. Особливості діяльності виїзних (OutboundTourOperators), в’їзних (InboundTourOperators) та місцевих (InsideTourOperators) туropolераторів.

#### **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-паketу. Технологія проектування туристичних послуг. Етапи розробки нового туру. Життєвий цикл туристичного продукту.

## **Змістовий модуль 2. ПРАКТИЧНИЙ TUPOПЕРЕЙТИНГ**

### **Тема 4. ОРГАНІЗАЦІЯ СПІВПРАЦІ TUPOПЕРАТОРА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ДІЛОВИМИ ПАРТНЕРАМИ**

Критерії оцінки та відбору туроператором ділових партнерів та постачальників. Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями. Організація співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування туристів. Організація співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами. Організація співпраці туроператора з страховими компаніями. Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями. Організація співпраці туроператора з туристичними агенціями.

### **Тема 5. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ TUPOПЕРАТОРА**

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

### **Тема 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ З ОБСЛУГОВУВАННЯ TUPICTIB**

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

**Тема 7. ФІНАНСОВІ ТА ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ TUPOПЕРЕЙТИНГУ**  
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.

### **Тема 8. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ КОМПЛЕКСНОГО TUPICTИЧНОГО 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.

### **Тема 9. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ TUPOПЕРАТОРА**

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

### **Тема 10. 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.

### **Тема 11. 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 туropolератора.

#### 4. Структура залікового кредиту з дисципліни “ Туроперейтинг ”

(денна форма навчання)

	Кількість годин			
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота
<b>Змістовний модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ</b>				
<b>Тема 1. ПІДПРИЄМСТВО ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК ОБ’ЄКТ УПРАВЛІННЯ</b>	2	2	10	
<b>Тема 2. ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ</b>	2	2	10	
<b>Тема 3. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА</b>	2	2	10	
<b>Змістовний модуль 2. ПРАКТИЧНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ</b>				
<b>Тема 4. ОРГАНІЗАЦІЯ СПІВПРАЦІ ТУРОПЕРАТОРА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ДІЛОВИМИ ПАРТНЕРАМИ</b>	2	2	10	
<b>Тема 5. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРОПЕРАТОРА</b>	2	2	10	1
<b>Тема 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ</b>	2	2	4	
<b>Тема 7. ФІНАНСОВІ ТА ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ</b>	2	2	13	
<b>Тема 8. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ</b>	2	2	4	1
<b>Тема 9. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРОПЕРАТОРА</b>	2	2	10	
<b>Тема 10. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРОПЕРАТОРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	2	2	4	
<b>Тема 11. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРОПЕРЕЙТИНГУ</b>	4	4	4	1
Тренінг			6	
<b>Всього годин</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>95</b>	<b>3</b>

## **5. Тематика практичних завдань**

### **Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ**

#### **Тема 1. ПІДПРИЄМСТВО ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ**

- 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

#### **Тема 2. ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ**

- 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.

#### **Тема 3. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА**

- 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.

### **Змістовий модуль 2. ПРАКТИЧНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ**

#### **Тема 4. ОРГАНІЗАЦІЯ СПІВПРАЦІ ТУРОПЕРАТОРА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ДІЛОВИМИ ПАРТНЕРАМИ**

- 4.1. Критерії оцінки та відбору туроператором ділових партнерів та постачальників.
- 4.2. Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями.
- 4.3. Організація співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування туристів.
- 4.4. Організація співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами.
- 4.5. Організація співпраці туроператора з страховими компаніями.
- 4.6. Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями. Організація співпраці туроператора з туристичними агенціями.

#### **Тема 5. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРОПЕРАТОРА**

- 5.1. Концепція збутової політики в туризмі.

- 5.2. Суть та значення каналів розподілу туристичних продуктів.
- 5.3. Роль маркетингових систем у розподілі туристичних продуктів.
- 5.4. Формування туристичними підприємствами збутової стратегії.

## **Тема 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ З ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ**

- 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.

## **Тема 7. ФІНАНСОВІ ТА ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ**

- 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.

## **Тема 8. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ**

- 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.

## **Тема 9. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРОПЕРАТОРА**

- 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.

## **Тема 10. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРОПЕРАТОРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

- 10.1 Особливості стратегування на підприємствах туристичної сфери.
- 10.2. Система стратегічного менеджменту туристичного підприємства.
- 10.3. Стратегічний план туристичного підприємства: характерні ознаки, відмінні особливості.
- 10.4. Корпоративна культура: взаємозв'язок її складових та їх вплив на стратегічний розвиток туристичного підприємства.

10.5. CRM-система як дієвий інструмент стратегічного менеджменту туристичного підприємства.

## **Тема 11. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРОПЕРЕЙТИНГУ**

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.

## **6. Комплексне практичне індивідуальне завдання**

Мета комплексного практичного індивідуального завдання (КПЗ) – систематизація, закріплення та розширення теоретичних знань з актуальних питань курсу «Туроперейтинг», набуття практичних навиків самостійної роботи. Воно передбачає створення умов для повної реалізації творчих можливостей студента через індивідуально-спрямований розвиток його здібностей, науково-дослідну і творчу діяльність.

КПЗ виконують на комп'ютері і друкують з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм). Загальний обсяг роботи становить 35-40 сторінок друкованого тексту (редактор Microsoft Word, Times New Roman, шрифт 14, інтервал до і після абзацу – 0 пт, а міжрядковий - 1,5), без додатків. Поля сторінки повинні мати такі розміри: ліве, верхнє і нижнє – 2,5 см, праве – 1 см. Відстань між попереднім і наступним підрозділом – 2 міжрядкові інтервали.

### **Варіанти КПЗ**

1. Рецептна туроператорська фірма як основний виробник специфічного туристського продукту України.
2. Монопрофільні та багатопрофільні туристські оператори українського ринку.
3. Провідні туристські оператори вітчизняного ринку (туристські компанії) як інноваційні бренди України.
4. Аналіз туристського продукту провідних туроператорів, що формують масові тури українців до Туреччини, Єгипту, Таїланду, ОАЄ, Греції.
5. Аналіз основних маршрутних карт, що пропоновані туроператорами на ринку для масового відпочинку українських туристів у Туреччині, Єгипті, Таїланді, ОАЄ, Греції.
6. Аналіз туристського продукту провідних туроператорів, що формують масові екскурсійні тури українців до Західної Європи, на прикладі Франції, Італії, Австрії; Німеччини.
7. Аналіз основних маршрутних карт, що пропоновані туроператорами на ринку екскурсійного туризму для українських туристів до Парижу, Відню, Лондону, США.

8. Аналіз туристського продукту провідних туроператорів, що організують прийом іноземних туристів в Україні, обслуговування їх за традиційними маршрутами.
9. Аналіз основних маршрутів, що пропонувані українськими туроператорами на ринку екскурсійного туризму для іноземних туристів на прикладі міст Києва, Львова, Одеси, Ялти.
10. Провідні українські інсайдингові туроператори, характеристика, сучасні потреби, просування та реалізація .
11. Дослідження туристського продукту провідних українських туроператорів, що формують масові тури до Криму та Карпат.
12. Аналіз комп'ютерних систем резервування CRS авіаквитків, готелів та туристських послуг, що використовують на українському ринку (GDS Amadeus, Galileo, УДС, Сирена – 2000).
13. Аналіз провідних українських туроператорів, що спеціалізуються на круїзному та річковому туризмі.
14. PR – акції у туроперейтингу під час просування туристичного продукту на вітчизняному ринку.
15. Провідні українські інкамінгові туроператори, характеристика, сучасні потреби, просування та реалізація
16. Промоушн-інструменти туроперейтингу туристичного ринку України.
17. Оцінка переваг та недоліків web-сайтів українських та зарубіжних туроператорів.
18. Централізована автоматизація документообігу, відділу продажів і маркетингу в туроперейтингу (S&C, OPERA PMS і OPERA RS)
19. Порівняльна характеристика популярних глобальних мереж обчислювальних і комунікаційних технологій телекомунікаційних комплексів у туроперейтингу.
20. Технологія розробки, просування та збуту замовного туристичного продукту українського туроперейтинга на туристичному ринку.
21. Ініціативна туроператорська фірма як основний виробник специфічного туристського продукту України.
22. Аналіз розвитку залізничних турів від провідних туристичних операторів на українського ринку
23. Аналіз розвитку українського ринку морських та річкових круїзів-турів від провідних туристичних операторів.
24. Удосконалення сучасної нормативно-правової бази регулювання туристичної діяльності в Україні (туроператорська та турагенська діяльність).
25. Розробка етногеокультурної літературної екскурсії як засіб розвитку міжнародного туризму в Україні (на прикладі створення ексклюзивного маршруту)
26. Створення, просування та збут туристичного пакету-проекту екскурсійного маршруту "-----"
27. Оцінка впливу іноземного туризму на платіжний баланс країни (країна на вибір)
28. Основи креативності у рекламі та сучасні PR технології у вітчизняному туроперейтингу.

29. Напрямки державної політики щодо підвищення конкурентної спроможності українського туристського продукту на світовому рівні.
30. Сучасні можливості та перспективи розвитку турагентської діяльності в Україні.
31. Сучасні можливості та перспективи розвитку діяльності туристичного оператора в Україні.
32. Інноваційний науковий та інформаційний супровід головних технологій та систем туроперейтингу в Україні.
33. Інноваційний науковий та інформаційний супровід головних технологій та систем туроперейтингу у світі, регіон
34. Технології створення атрактивних програм туроперейтингу в Україні
35. Технології створення атрактивних програм туроперейтингу (регіон на вибір).
36. Сучасний портрет користувача туристських послуг (клієнта): технології досліджень, потреб, психофізіологічні особливості.
37. Туроперейтинг як міжгалузевий комплекс економіки регіонів України.
38. Проблеми «національного туроперейтинга»: зміст, характеристика, приклади.
39. Сучасний стан та перспективи розвитку туроператорської та турагентської діяльності в Україні.
40. Екологічний туроперейтинг: сучасні концепції менеджменту і маркетингу.
41. Сучасна технологія розробки турів в системі «Туроператор-Турист»
42. Реклама та PR – технології у туроперейтингу та сервісі: проблеми, перспективи.
43. Сучасні можливості та перспективи розвитку національного туроперейтингу (регіон на вибір).

## **7. Самостійна робота**

1. Вкажіть роль і значення туристичних операторів у туристичній індустрії.
2. Які основні відмінності між турагентом та туроператором?
3. Які функції та завдання туроператора на туристичному ринку?
4. Перелічіть види туроператорів. Які завдання вони виконують?
5. Охарактеризуйте ініціативних та рецептивних туроператорів.
6. Встановіть особливості діяльності флайтерів та нон-флайтерів.
7. Як класифікують туроператорів залежно від форм співпраці?
8. Які завдання в'їзного туроператора.
9. Які функції виконує місцевий туроператор?
10. Що таке профіль туроператорської діяльності?
11. Як поділяються туроператори залежно від профілю роботи?
12. Які особливості соціально-економічного механізму стратегічного менеджменту туристичного підприємства?
13. Чому стратегічний менеджмент вважають передумовою завоювання стійких конкурентних переваг туристичного підприємства?
14. Як впливає корпоративна культура та її складові на стратегічний розвиток туристичного підприємства?
15. Що таке туристичний продукт та які його особливості?

16. Охарактеризуйте складові туристичного продукту.
17. За якими критеріями класифікують тури? Дайте коротку характеристику найпопулярніших турів.
18. Розкрийте поняття турпакету та які його особливості.
19. Охарактеризуйте структурні складові туристичного пакету.
20. Які види транспорту є найпопулярнішими в міжнародному туризмі.
21. Що таке індивідуальний, груповий та VIP-трансфер?
22. Які заклади розміщення відносяться до колективних, а які до індивідуальних?
23. Які вимоги ставляться до номерів різних категорій «зірковості»?
24. Охарактеризуйте типи номерів в закладах розміщення.
25. Охарактеризуйте категорії розміщення в готелях.
26. Які комбінації розміщення та типу харчування використовуються в туризмі?
27. Що таке страховий поліс?
28. Охарактеризуйте технологію розробки нового туру.
29. Назвіть основні критерії оцінки та відбору туроператором ділових партнерів та постачальників.
30. Які особливості співпраці туроператора з авіакомпаніями?
31. Як організовується співпраця туроператора з компаніями залізничного та автомобільного транспорту?
32. У чому полягають особливості співпраці туроператора з круїзними компаніями?
33. Охарактеризуйте особливості співпраці туроператора з закладами розміщення туристів.
34. Які особливості співпраці туроператора з екскурсійними бюро та соціально-культурними закладами?
35. Охарактеризуйте особливості співпраці туроператора з страховими компаніями.
36. У яких випадках туроператор співпрацює з приймаючими туристичними компаніями і яка особливість цього партнерства?
37. З якою метою туроператор формує розгалужену агентську мережу?
38. Охарактеризуйте особливості співпраці туроператора з туристичними агенціями та турагентами.
39. Поясніть схему виробничо-обслуговуючої діяльності туристичних підприємств.
40. В чому полягає специфіка управління збутом у туризмі?
41. Який з методів збуту є найбільш ефективнішим і чому?
42. Наведіть приклади простих і складних систем збуту.
43. В чому полягає процес взаємодії між туроператором і турагентом?
44. Які основні функції виконують турпосередники?
45. Дайте характеристику каналу розподілу туристського продукту.
46. Поясніть різницю між агентською угодою, ексклюзивною агентською угодою і ліцензійною угодою.
47. Проаналізуйте основні засоби просування турпродукту на ринку.
48. Охарактеризуйте сутність технологічних циклів обслуговування туристів у готельних закладах.

49. Розкрийте значення служби бронювання у процесі обслуговування клієнтів готелю.
50. Дайте характеристику закладам харчування у готельних комплексах.
51. Охарактеризуйте головні функції ресторану як закладу харчування.
52. Дайте характеристику формам обслуговування у ресторанних підприємствах.
53. Перелічіть формальності, які виникають при перевезенні туристів авіаційним транспортом.
54. Вкажіть вимоги до групових туристичних перевезень на залізничному транспорті.
55. Охарактеризуйте вимоги до комфорту обслуговування на сучасних круїзних лайнерах.
56. Вкажіть схеми організації діяльності туристичного підприємства.
57. Охарактеризуйте вимоги до послуг туристичних організацій.
58. Які особливості сприйняття клієнтом якості туристичної послуги?
59. У чому полягають особливості базової, очікуваної та бажаної якості туристичного обслуговування?
60. На які групи сьогодні прийнято поділяти принципи управління персоналом?
61. Якою інформацією повинне володіти туроператорське підприємство, перш ніж здійснювати планування персоналу?
62. Назвіть складові процесу планування персоналу туроператорського підприємства.
63. Назвіть методи підбору персоналу, що застосовують у своїй діяльності туроператори.
64. Використання яких методів професійного розвитку персоналу є найбільш поширеним серед туроператорських підприємств?
65. Якими професійними якостями повинен бути наділений спеціаліст в сфері туроперейтингу?
66. Які стратегічні цілі управління якістю комплексного туристичного обслуговування?
67. За якими критеріями оцінюється якість комплексної туристичної послуги?
68. Розкрийте основні ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності в Україні.
69. Яка процедура отримання ліцензії на здійснення туроператорської діяльності?
70. Які вимоги до офісу туроператора передбачені ліцензійними умовами провадження туроператорської діяльності?
71. Які вимоги ставляться до співпраці туроператора з туристичними агентами?
72. В чому полягають основні завдання стандартизації?
73. Перелічіть головні діючі в Україні міждержавні та державні стандарти у сфері туризму?
74. Розкрийте поняття системи управління якістю на підприємстві?
75. Розкрийте особливість процесного підходу у формуванні системи якості на підприємстві туроператора.
76. Які параметри зовнішнього та внутрішнього середовища має враховувати система управління документообігом підприємства?

77. Перечисліть та охарактеризуйте основні завдання управління фінансовими ресурсами?
78. Які фактори впливають на формування облікової політики підприємства?
79. Прокласифікуйте витрати туристичного оператора за видами діяльності.
80. Охарактеризуйте методи розрахунку ціни на туристичну послугу.
81. Які фактори впливають на формування кінцевої ціни туру?
82. Які фактори сприяють сезонним коливанням цін у туристичній індустрії?
83. Охарактеризуйте основні напрями розвитку інформаційних технологій в тулопрейтингу.
84. Що таке електронний бізнес та електронна комерція?
85. Які переваги використання електронних засобів і каналів зв'язку для продажу послуг?
86. Охарактеризуйте основні електронні системи бронювання туристичних послуг в діяльності туроператорів.
87. Які переваги та недоліки комп'ютерної системи бронювання Amadeus?
88. Які можливості надає система бронювання Galileo?
89. Охарактеризуйте комп'ютерні системи бронювання Worldspan та Sabre.
90. Яке програмне забезпечення використовується в операційній діяльності туроператора?
91. Які можливості надає програмний комплекс «САМО-ТУР»?
92. Розкрийте основні функції та можливості програми «Майстер-Тур».
93. Розкрийте особливості міжнародного туроперейтингу на сучасному етапі розвитку туристичного бізнесу.

## 8. Методи навчання

У навчальному процесі використовуються: лекції, практичні та індивідуальні заняття, групова робота, реферування, а також методи опитування, тестування, ділові ігри тощо.

## 9. Методи оцінювання

У процесі вивчення дисципліни “Організація анімаційної діяльності” використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студентів:

- поточне тестування та опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- оцінювання виконання КПІЗ;
- ректорська контрольна робота;
- іспит;
- інше.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “Організація рекреаційних послуг” визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту\*:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (поточні оцінки, підсумкова оцінка за КПІЗ)	Заліковий модуль 4 (письмовий екзамен)	Разом
20%	20%	20%	40%	100%
Тиждень 6	Тиждень 17	Тиждень 17		-

%

## Шкала оцінювання:

За шкалою ТНЕУ	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)

## 10. Перелік наочних матеріалів та методичних вказівок

№	Найменування	Номер теми
1.	Конспект лекцій з дисципліни «Туроперейтинг»	1-11
2.	Методичні рекомендації до проведення комплексного практичного індивідуального завдання з дисципліни «Туроперейтинг»	1-11
3.	Методичні рекомендації до проведення практичних занять з дисципліни «Туроперейтинг»	1-11

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України "Про туризм" від 18.11. 2003 р. № 1282 – IV //Офіційний вісник України. Щотижневий збірник актів законодавства. - К.: 2000. - №50. - С. 34 - 56.
2. Закон України "Про курорти" від 05.10.2000 р. № 2026-III.
3. "Про затвердження Правил користування готелями і надання готельних послуг в Україні" / Наказ Державного комітету по житлово-комунальному господарству України і Державного комітету України з туризму від 10.09.1996 р. № 77/44.
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 N 2755-VI.
5. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг / Затверджено наказом Державного стандарту України від 27.01.1999 р. № 37.
6. Закон України "Про захист прав споживачів" від 12.05.1991 р. № 1024-XII // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – № 30. – Ст. 379.
7. Закон України "Про туризм" від 18.11.2003р. № 1282-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – Ст. 180.
8. Закон України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності" (стаття 1) / № 1775-III 1 червня 2000 року, м. Київ
9. Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності" / від 19.10.2010 № 2608-VI – К. : 2010.
10. НАКАЗ від 10.07.2013 № 465 Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності. - [електронний ресурс] - режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1275-13#n64> .
11. ДСТУ ISO 9000-2001 Системи управління якістю. Основні положення та словник. Чинний від 10.01.2001 р.
12. ДСТУ ISO 9001-2001 Системи управління якістю. Вимоги. Чинний від 10.01.2001 р.
13. ДСТУ ISO 9004-2001 Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. Чинний від 10.01.2001 р.
14. Александрова, Анна Юрьевна. Международный туризм . - 2-е изд., перераб. и допол. - М. : КНОРУС, 2010. - 459 с.
15. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно - термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навч. посіб. / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. - К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
16. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб., Изд – ий торг. дом "Герда" 1999. - 192 с.
17. Бойко М.Г. Цінність орієнтованого управління у туризмі / М.Г. Бойко. - К.: К.: нац. торг. - екон. ун-т, 2010. – 524 с.
18. Багорка М. О. Диверсифікація як фактор підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах / М. О. Багорка, І. А. Білоткач // Інвестиції: практика та досвід. - 2011. - №10. - С. 17-21.
19. Білецька І. М. Стратегічне управління туристичним підприємством : [монографія] / І. М. Білецька. - Івано-Франківськ: [Видавець Третяк І. Я.], 2010. – 224 с

20. Бала О.І. Економічне оцінювання та розвиток корпоративної культури машинобудівних підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук / О.І. Бала ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів, 2009. – 20 с.
21. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг: Учебно-методическое пособие / Бирицкая Н.М., Сергеева Т.М. – Мн.: БГЭУ. – 2010. – 367 с.
22. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме / Л.В. Баумгартен. – М. : Академия, 2010. – 304 с.
23. Виноградова О.В. Організація транспортного обслуговування туристів / О.В. Виноградова - Донецьк: ДонНУЕТ, 2012.
24. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика [Текст]: навч. посіб. / Т.А. Городня, А.Ф.Щербак. – К.: Кондор, 2012. – 435с.
25. Долженко Г.П. Основы туризма. Учеб. пособ. – М.: ИКЦ "МарТ"; Ростов н/Д: изд – ий центр "МарТ", 2008. – 320 с.
26. Дяченко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.
27. Донець Л. І. Стратегічний план туристичного підприємства: характерні ознаки, відмінні особливості / Л. І. Донець, І. В. Давидюк // Сталій розвиток економіки. – 2011. - № 7 (10) - С. 56-59.
28. Дэвид Огилви. Олигви о рекламе / Дэвид Огилви; перевод с англ. – М. : Эксмо, 2011. – 441 с.
29. Дрокіна Н.І., Менеджменту в туризмі: конспект лекцій/ Н.І. Дрокіна, К.А. Панасюк-Донецьк: ДонНУЕТ, 2012.
30. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник / О. Ю. Давидова, І. М. Писаревський, Р. С. Ладиженська; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012.– 414 с.
31. Економіка туризму: навчальний посібник /О.С.Камушков та ін. – Запоріжжя: Акцент ПП, 2012. – 192с.
32. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 364 с.
33. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учеб. М.: Финансы и статистика, 2005. -480 с.
34. Изотова М. Инновации в социокультурном сервисе и туризме [Електронний ресурс] / М. Изотова, Ю. Матюхина. - М. : Советский спорт, 2010. - 136 с.
35. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. - Минск: Новое знание, 2002. – 409 с.
36. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
37. Кифяк В,Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. - Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.
38. Кудла Н.С. Менеджмент туристичного підприємства: підручник / Н.Є. Кудла. - К.: Знання, 2012. - 343 с.
39. Кузик С. Теоретичні проблеми туризму: суспільно – географічний підхід: монографія / Степан Кузик. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. – 254 с.
40. Кулик Ю. Є. Професійний розвиток менеджерів як стратегія управління персоналом у міжнародному бізнесі / Кулик Ю. Є. // Актуальні проблеми економіки. - 2007- №8 (74).- с. 116-123.
41. Котлер. Ф. Маркетинг менеджмент. /Ф. Котлер. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2009. — 464 с.
42. Костіна Т. В. Корпоративна культура: її сутність і формування в Україні [Текст] / Т. В. Костіна // Вісник ДонНУет. – 2010. – № 3. – С. 77-84.
43. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: "Прогресс", 1990. – 736 с.
44. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навч. посіб. / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2011. – 351 с. + компакт-диск. – (Вища освіта XXI століття).
45. Круль Г. Я. Основы готельної справи: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. — С. 189–214.
46. Кузик С. П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід: монографія. – Львів: Видав. Центр ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – С. 21–52.

47. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму [Електронний ресурс] / В. К. Кіптенко. - К. : Знання, 2010. - 502 с.
48. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму [Текст] : навч. посіб. / В. І. Костащук ; Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. - Чернівці : Рута, 2012. - 135 с.
49. Кляп, Михайло Петрович. Сучасні різновиди туризму : навчальний посібник / Михайло Кляп, Федір Шандор. - К. : Знання, 2011. - 334 с.
50. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К.: "Альтерпрес", 2002. - 436 с.
51. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навч. посіб. - К.: "Альтерпрес", 2003. - 104 с.
52. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник /О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. - К.: Вид. – поліграф. Центр "Київський університет", 2008. - 335 с.
53. Мальська М.П., Худо В.В. Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності. Навч. посіб. - Львів: Вид. - ий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. - 314 с.
54. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 424 с.
55. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – С. 110–114.
56. Мальська М.П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика / Підручник. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — С. 224–309.
57. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. - 2-ге вид., перероб та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – С. 91-121.
58. Мариняк Я.О. Туризмознавство: навч. – метод. посіб. / Я. Мариняк – Тернопіль: Вектор. 2012. – 32 с.
59. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учеб. - / Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А., Ильина Е.Н. та ін. – М.: Финансы и статистика, 2002. - 288 с.
60. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. – К.: Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2003. – 156 с.
61. Минцберг Г. Школи стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстренд, Дж. Лэмпел.; [пер. с англ.]. – СПб.: Питер, 2009. – 688 с.
62. Мескон М. Основы менеджмента / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: „Дело”, 1992. – 502 с.
63. Моисеева М. Стратегическое управление туристской фирмой: [уч. пособие] / М. Моисеева. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 202 с.
64. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком : монографія / за заг. ред. О. А. Біловодської. – Суми : Університетська книга, 2012. – 432 с.
65. Михайліченко Г. І. Організація туристичних подорожей: навч. посіб. / Г. І. Михайліченко, А. Ю. Єременко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. - 391 с.
66. Менеджмент і маркетинг туризму: Навч. посібник / [Афонченкова Т.М., Булюк О.В., Масенко Б.П., Панченко Ю.В., Федотова Н.В.]; за ред. О.Є.Лугініна. – К.: Видавництво Ліра-К, 2012. – 364 с.
67. Менеджмент персоналу: навч. посіб. / за заг.ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. – Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – 520 с.
68. Моисеева М. Стратегическое управление туристской фирмой: [уч. пособие] / М. Моисеева. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 202 с.
69. Міжнародний туризм : навч. посіб. / Т. В. Божидарнік [та ін.]. - К. : Центр учбової літератури, 2012. - 307 с.
70. Мунін, Георгій Благовіч. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти.- Мукачівський державний університет, Київський славістичний університет, Ін-т економіки і управління. - К. : Кондор, 2011. - 429 с.
71. Окладникова Е. А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира. – М.: – СПб., 2002. – 384 с.
72. Олійник Я.Б. Теоретичні основи туризмології. Нав. посіб. / Я.Б. Олійник, А.В. Степаненко. – К.: Ніка – Центр, 2005. – 316 с.

73. Организация туризма: Учеб. пособ. / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.И. Сергеева и др. / Под. общ. ред. Н.И. Кабушкина и др. – Минск, Новое знание, 2003. – 632 с.
74. Организационное поведение [Текст] / под ред. Э М. Короткова. – Тюмень : НОРМА, 2010. – 401 с.
75. Одегов Ю. Г. Экономика персонала. Часть II. Практика: Учебник / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. – М. : Издательство „Альфа-Пресс”, 2009. – 1056 с.
76. Островская А.Е. Туристско-операторская деятельность: Учебное пособие. / А.Е. Островская, И. Е. Отческий. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета. – 2008. – 167 с.
77. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / За ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов.– К.: Центр учбової літератури, 2011. – С. 151-259.
78. Осипова О. Я. Транспортное обслуживание. Обслуживание туристов: Учебник / О. Я. Осипова. – М.: Академия, 2006. – С. 57-139.
79. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Зб. нормативно - правових актів / За заг. ред. проф. В.К. Федорченка. - Юрінком Інтер, 2002. - 640 с.
80. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. — М.: Международные отношения, 2003. - 896 с.
81. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підручник / Ю.М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
82. Погасій С.О. Конспект лекцій з дисципліни «Технологія туристської діяльності» (для студентів напряму підготовки «Туризм») / С. О. Погасій, М. В. Тонкошкур. – Харків: ХНАМГ, 2012. – С. 107-125.
83. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства / Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. — С. 127-137.
84. Павлов В.І., Мишко О.В. Основи стандартизації, сертифікації та ідентифікації товарів: Підручник. – К.: Кондор, 2009. – 230 с.

#### **ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА:**

1. Роглев Х.Й. Основы готельного менеджменту: Навч. посіб. - К.: Кондор, 2005. – 408 с.
2. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч. посіб. – К.: Знання, 2009. - 444 с.
3. Самойленко А.А. Географія туризму: Учеб. пособ. - Ростов н / Д: ” Феникс”, 2006. -368 с.
4. Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства: Учеб. пособ. – М.: ИКЦ ”МарТ”; Ростов н/Д: изд – ий центр ”МарТ”, 2005. – 144 с.
5. Смикова М. О. Туристичний імідж регіону як фактор конкурентоспроможності / М. О. Смикова // Сталий розвиток економіки. – 2012. - № 6 (16) - С. 145-148.
6. Стец І. І. Проблеми управління діловою репутацією підприємства / І. І. Стец. Інноваційна економіка. – 2012. - № 11 (37). – С. 54-58.
7. Салухіна Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: Підручник / Салухіна Н.Г., Язвинська О.М. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 336 с.
8. Туризмолія: концептуальні засади теорії туризму: монографія / В.К. Федорченко, В.С. Пазенюк, О.К. Кручек та ін. – К.: ВЦ ”Академія”, 2013. – 368 с.
9. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов: пер. с англ. / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд А.; под. ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. — М.: Банки и биржи, 2008. - 576 с.
10. Туризм - рушій соціально-економічного розвитку країни (2011–2013 роки) XIII Міжнародний економічний форум, м. Трускавець, 2013 р. [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://www.lvivforum.com.ua/document/Gordiyenko.pdf>
11. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг / Д.С. Ушаков. – Москва: Ростов н/Д: изд – ий центр ”МарТ”, 2010. – 416 с.
12. Ушаков Д.С. Технология выездного туризма / Д.С. Ушаков. – Москва: Ростов н/Д: изд – ий центр ”МарТ”, 2010. – 446 с.
13. Ушаков Д. Стратегическое планирование в туризме / Д. С. Ушаков. – Ростов н/Д. : Феникс, 2009. – 285 с.

14. Цинь, Цзюнь Формирование системы качества рекреационной организации : монография / Цзюнь Цинь. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2010. – 100 с. – 35 экз. – ISBN 978-5-8265-0885-5.
15. Філоненко І.М. Економіка та організація туризму [Текст]: тексти лекцій / І.М. Філоненко. – Ніжен: Вид-во НДУ ім. М. Гоголя, 2019. – 103 с.
16. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма: Учеб. пособ. / А.Д Чудновский, М.А. Жукова, В.С. Сенин. – М.: КНОРУС, 2004. – 448 с.
17. Чичкова Н. Зона ценности потребителя // Чичкова Н./ Компаньон. Стратегии.– 2010.– №1. – С. 30 - 34.
18. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посіб. / За ред. проф. І.М.Школи. – Чернівці, 2013. – 596 с.
19. Школа І.М. Менеджмент туризму: Підручник / І.М.Школа, О.П. Корольчук. – Чернівці: Книги – XXI, 2011. – 464 с.
20. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство РДЛ, 2004. – 376 с.
21. Эванс Дж. Р. Управление качеством: Учебное пособие для студентов вузов / Дж. Р. Эванс; Пер. с англ. под. ред. Э. М. Короткова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 367 с.
22. Kowalczyk Andrzej Geografia turizmu. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001. – 287 p.
23. Jaffe P. Organization Theory : Tension and Change / P. Jaffe.– New York. – Mc Grawhill International Editions [Text], 2018. – 341 p.
24. K. Anderson. Customer Relationship Management / K. Anderson, C. Kerr. - McGraw Hill Professional, 2011. – 309 p.
25. F. Buttle. Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. / F. Buttle. - Butterworth-Heinemann, 2009. – 500 p.
26. Bonita M. Kolb. Tourism Marketing for Cities and Towns: Using Branding and Events to Attract Tourists / Bonita M. Kolb. – Elsevier Inc., 2006. – 310 p.
27. Freyer W. Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft / Freyer W. – 4., überarb. Aufl. age. – München; Wien: Oldenbourg, 2004. – 768 s.
28. The official website for World Tourism Organization UNWTO [online] Available at <http://www2.unwto.org>
29. Travel and Tourism Economic impact 2012 [online] Available at [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/world2012.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf)
30. Tourism workforce and skill projections report, October 2010 Available at <https://www.med.govt.nz/sectors-industries/tourism/pdf-docs-library/Tourism>
31. Liu, A., Wall., G. Planning Tourism Employment: a Developing Country Perspective / Liu Abby, Wall Geoffrey // Tourism Management 27. - 2009. - p. 159–170
32. Nickson, D. Human Resource Management for the Hospitality and Tourism Industries / Dennis Nickson. - USA: Elsevier Ltd., 2017. - 305 p.