

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

Ступінь вищої освіти	бакалавр	Форма навчання	денна	Навчальний рік/семестр	2024-2025 IV/8
-----------------------------	----------	-----------------------	-------	-------------------------------	-------------------

Силабус

Назва навчальної дисципліни	Організація туризму (Туроперейтинг)
Кафедра	Географії та туризму
Освітня програма	Туризм
Тип дисципліни, кількість кредитів та годин (лекції/семінарські, лабораторні заняття/самостійна робота)	Тип дисципліни: обов'язкова Кількість кредитів: 4 (120 год.) Лекції: 30 год. Практичні (семінарські) заняття: 18 год. Самостійна робота: 72 год. Заочна форма навчання: Лекції: 8 год. Самостійна робота: 112 год.
Викладач(і) відповідальний(і) за викладання навчальної дисципліни (імена, прізвища, наукові ступені і звання, адреса електронної пошти викладача/ів)	Галина Щука, д. пед. н., проф., scsuka.halina@kmf.org.ua gyakorlati órák nappali tagozaton: Birtok Vanessa, asszisztens birtok.vanessa@kmf.org.ua
Пререквізити навчальної дисципліни	Організація туризму (Основи туризмознавства, Організація туристичних подорожей, Організація екскурсійної діяльності, Організація анімаційної діяльності), Маркетинг у туризмі, Організація готельного господарства, Організація ресторанного господарства
Анотація дисципліни, мета, завдання та очікувані програмні результати навчальної дисципліни, загальні та фахові компетентності, основна тематика дисципліни	Метою викладання навчальної дисципліни «Туроперейтинг» є набуття студентами знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічні навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпакету, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів. Основними завданнями вивчення дисципліни є набуття студентами сучасних теоретичних знань та практичних навичок зі створення дієвої системи взаємодії між всіма суб'єктами туристичного ринку: туроператорів, турагентів, підприємств-виробників туристичних послуг з метою створення та реалізації програм туристичного обслуговування.

	Перелік компетентностей, які здобуваються в процесі навчання: <i>Інтегральна компетентність</i> Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов. <i>Загальні компетентності:</i> K10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово K11 Здатність спілкуватися іноземною мовою K12. Навички міжособистісної взаємодії K13. Здатність планувати та управляти часом K14. Здатність працювати в команді та автономно <i>Спеціалізовані компетентності:</i> K20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного) K21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту K25. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку K26. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу K27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації Очікувані програмні результати навчання: ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт. ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей. ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки. ПР11. Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності. ПР14. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття. ПР15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань. ПР16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості. ПР17. Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері. ПР19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.
--	---

	<i>Основна тематика дисципліни:</i> Тема 1. Вступ. Понятійний апарат туropolерейтингу Тема 2. Умови створення туropolераторської фірми. Тема 3. Туристичний продукт як предмет діяльності туropolератора. Тема 4. Основні етапи розробки та впровадження турпродукту на ринок Тема 5. Договірні стосунки туropolератора з постачальниками послуг Тема 6. Документообіг у туropolерейтингу Тема 7. Фінансові та облікові аспекти туropolерейтингу Тема 8. Якість та безпека в роботі туropolератора Тема 9. Інформаційні технології в туropolерейтингу Тема 10. Вітчизняний туropolерейтинг в період пандемії Ковід-19 та посилення російської агресії
Критерії контролю та оцінювання результатів навчання	Результативність студента під час вивчення дисципліни оцінюється за 100-бальною системою. Бали розподіляються наступним чином: - робота на практичних заняттях – 14 балів; - індивідуальне завдання – 40 балів; - екзамен – 46 балів Заочна форма навчання: - індивідуальне завдання – 60 балів; - екзамен – 40 балів
Інша інформація про дисципліну (технічне та програмне забезпечення дисципліни тощо)	-Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для: комунікації та опитувань; виконання домашніх завдань; виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний контроль). -Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом дисципліни та виконання передбачених видів освітньої діяльності: Програмне забезпечення MS Windows XP; Internet Explorer; Win RAR; Adobe Reader 9.
Рекомендовані джерела (основна та допоміжна література), електронні інформаційні ресурси	1. Про туризм: Закон України / в редакції від 2003 р. // zakon.rada.gov.ua 2. Михайліченко Г.І. Туropolерейтинг: підручник. Київ: КНТЕУ, 2018. 342 с. 3. Щука Г. П. (укл.) Туropolерейтинг : у питаннях та відповідях : навч. посіб. Берегове: ЗУІ, 2023. 99 с. 4. Щука Г. П. (укл.) Організація туризму (Туropolерейтинг): методичні рекомендації до виконання індивідуальної роботи : навч. посіб. Берегове: ЗУІ, 2023. 33 с. 5. Збірник тестових завдань з курсу «Організація туризму (Туropolерейтинг)»: навч. посіб. / Г. П. Щука. Берегове: ЗУІ, 2023. 101 с. 6. Богославець, О., Царук, В., & Юрченко, К. (2024). Організація туристичних подорожей вітчизняним туropolерейтингом в умовах воєнного стану: виклики та рішення. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (19), 297-305. https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.19.35

	7. Fodorné Szucsák Éva; Szűcs László: Turizmus és utazásszervezés. Műszaki Könyvkiadó Kft., 2021.
--	---

Додаток 1.

Екзаменаційні питання

1. Поняття «туроперейтинг», види діяльності та функції туроператора.
2. Місце туроператора в структурі туристичного ринку
3. Класифікація та види туроператорів
4. Рецептивні туроператори на ринку туристичних послуг: значення та специфіка діяльності.
5. Ініціативні туроператори на ринку туристичних послуг: значення та специфіка діяльності.
6. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.
7. Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку.
8. Програмний туроперейтинг.
9. Digital туроперейтинг.
10. Етапи розвитку туроперейтингу.
11. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка їх впливу
12. Відкриття туроператорської фірми: нормативно-правові та регулятивні вимоги.
13. Технологія створення туристичного продукту. Турпроекування
14. Види програм обслуговування та принципи їх формування
15. Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями.
16. Особливості співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування.
17. Особливості співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами.
18. Особливості співпраці туроператора зі страховими компаніями.
19. Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями.
20. Особливості співпраці туроператора з туристичними агенціями.
21. Розроблення технологічної документації по туру
22. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.
23. Формування збутової мережі туроператорів.
24. Організація обслуговування туристів у турі.

25. Методи ціноутворення туристичного продукту.
26. Облікові аспекти туropolерейтингу.
27. Документальне забезпечення організації туристичного обслуговування.
28. Документообіг в туropolерейтингу. Типи та види договорів та документів туropolератора.
29. Управління якістю комплексного туристичного обслуговування.
30. Інформаційні технології в туropolерейтингу.
31. Сайт туropolератора, принципи ефективності функціонування.
32. Формування асортименту послуг туристичного оператора.
33. Організація участі підприємства у виставкових заходах.
34. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.
35. Наслідки та перспективи розвитку світового туropolерейтингу після Covid-19
36. Наслідки пандемії та війни для розвитку вітчизняного туropolерейтингу.