

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

 Р.Б. Кожухівська

« 31 » 03 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Туроперейтинг»

Освітній рівень: *перший (бакалаврський)*

Галузь знань: *24 «Сфера обслуговування»*

Спеціальність: *242 «Туризм»*

Освітньо-професійна програма: *«Туризм»*

Факультет: *менеджменту*

Умань-2021

Робоча програма навчальної дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризм». Умань: Уманський НУС, 2021. 18 с.

Розробник: к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи



С.В.Тимчук

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Протокол від «30» серпня 2021 року № 1.

Завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
«30» серпня 2021 року



Л.В. Транченко

Схвалено науково-методичною комісією факультету менеджменту.

Протокол від «31» серпня 2021 року № 1.

Голова  М.О. Гоменюк
«31» серпня 2021 року

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній рівень, назва освітньої програми	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 3,5	Галузь знань: <i>24 «Сфера обслуговування»</i>	<i>Обов'язкова</i>
Модулів – 2	Спеціальність: <i>241 «Туризм»</i>	Рік підготовки: <i>4-й</i>
Змістових модулів – 4		Семестр: <i>7-й</i>
Індивідуальне науково-дослідне завдання – <u>курсова робота</u>		
Загальна кількість годин – 105		Лекції: <i>22 год.</i>
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 2.	Освітній рівень: <i>перший (бакалаврський)</i>	Практичні: <i>24 год.</i>
		Самостійна робота <i>29 год.</i>
	Освітньо-професійна програма: <i>«Туризм»</i>	Індивідуальні завдання: <i>30 год.</i>
		Вид контролю: <i>екзамен</i>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни 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.

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.

Місце дисципліни у структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти: дисципліна вивчається на основі знань з курсів «Основи туризмознавства», «Географія туризму», «Професійна етика та комунікативні технології», «Організація туристичних подорожей», «Інформаційні технології в туристичній індустрії», «Організація екскурсійної діяльності».

Компетентності:

Загальні:

- здатність діяти соціально відповідально та свідомо;
- здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність працювати в команді та автономно.

Фахові:

- знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- розуміння процесів організації туристичних подорожей і

комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);

- здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;

- розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем;

- розуміння основних понять та концепцій сільського (зеленого) туризму.

Програмними результатами вивчення:

- застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;

- розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

3. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕХНОЛОГІЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Тема 1. Основи туropolерейтингу

Характеристика основних понять туropolерейтингу як об'єктів вивчення дисципліни. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора

Класифікація та види туropolераторів. Структура туристичного ринку. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макро-регіональний ринки послуг, особливості функціонування туристичної індустрії.

Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Фактори впливу на діяльність туристичного підприємства та оцінка їх впливу

Тема 2. Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі

Організація туropolераторського та турагентського бізнесу. Вимоги щодо ліцензування туropolераторської та турагентської діяльності. Регулятивні вимоги щодо організації туropolераторського та турагентського бізнесу.

Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту. Типова організаційна структура туристичного оператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.

Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів. Агентські мережі. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції.

Види ринкових каналів просування туристичного продукту. Формування збутової мережі туropolератора. Канали просування і реалізації турпродукту. Роль турагентств в турбізнесі. Система комісійних.

Характер контрактних стосунків між туropolератором і турагентством. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод. Види та форми інтеграції та ринку туристичних послуг. Аквазіція туристів та основні методи продажу в туризмі.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. ТЕХНОЛОГІЯ ТУРПРОЕКТУВАННЯ

Тема 3. Технологія створення туристичного продукту, формування його асортименту та вартості

Зміст робіт з туристичного проектування. Диференціація асортименту послуг туropolераторів. Етапи розробки туру. Вибір географії подорожей та сегментування на різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг.

Графо-аналітичні моделі програм обслуговування. Позиціонування турів та туropolераторів на конкурентному ринку. Визначення портрету споживача й потреб туристів. Стадії планування туристичного пакету.

Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками. Типова тимчасова шкала туropolерейтингової програми. Принципи вибору місць прийому.

Послідовність робіт стосовно вибору постачальників послуг (контрагентів). Рекомендована структура туристичного продукту для

кожного з видів туристичного ринку. Перелік технологічної документації при формуванні турів. Калькулювання вартості туру.

Тема 4. Правила формування програм перебування туристів

Суть основних понять програмного туризму. Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів». Елементи програми туристичного обслуговування.

Програмні заходи та їх характеристика. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів. Види програмних заходів та їх характеристика. Алгоритм розроблення програми обслуговування.

Умови і принципи розробки туру. Правила розроблення програм перебування туристів. Програма туристичного обслуговування. Правила розробки програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.

Створення туристичної пропозиції фірми. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна, спортивна, освітня, ділова та інші.

Особливості програм перебування для різних типів туристів. Порядок і етапи розробки турпродукта.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

Тема 5. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві

Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.

Форми та стилі обслуговування клієнтів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів.

Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів. Професійні стандарти працівників туристичної фірми.

Тема 6. 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.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4. ПРИКЛАДНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Тема 7. Рецептивний туropolерейтинг

Поняття та зміст рецептивного туropolерейтингу. Ресурси рецептивного туropolерейтингу. Туристичні ресурси рецептивного туropolерейтингу в Україні. Вітчизняні туристичні центри та дестинації рецептивного туropolерейтингу. Види туризму рецептивного українського туropolерейтингу. Сільський зелений туризм як бренд рецептивного туropolерейтингу України. Проектування турів сільського, зеленого та екологічного напрямку. Вивчення рекреаційних потреб туристів сільського, зеленого та екологічного напрямку.

Диференціація пропозицій рецептивних туropolераторів. Позиціонування турів і туropolераторів на ринку. Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Форми співпраці рецептивних туropolераторів з продуцентами туристичних послуг.

Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туropolераторів. Бонусні програми національних туropolераторів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.

Тема 8. Ініціативний туropolерейтинг

Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.

Просування турів ініціативними та рецептивними туropolераторами. Розподіл робіт між службами та підрозділами туropolератора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг.

Брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туropolератора.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	усього	у тому числі			
		л	п	інд.	с.р.
Модуль 1					
Змістовий модуль 1. Технологія туроперейтингу					
Тема 1. Основи туроперейтингу	7	2	2	-	3
Тема 2. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі	8	2	2	-	4
Разом за змістовим модулем 1	15	4	4	-	7
Змістовний модуль 2. Технологія турпроектування					
Тема 3. Технологія створення туристичного продукту, формування його асортименту та вартості	7	2	2	-	3
Тема 4. Правила формування програм перебування туристів	7	2	2	-	3
Разом за змістовим модулем 2	14	4	4	-	6
Змістовний модуль 3. Організаційні основи обслуговування туристів					
Тема 5. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві	10	2	4	-	4
Тема 6. Управління якістю комплексного туристичного обслуговування	12	4	4	-	4
Разом за змістовим модулем 3	22	6	8	-	8
Змістовий модуль 4. Прикладний туроперейтинг					
Тема 7. Рецептивний туроперейтинг	12	4	4	-	4
Тема 8. Ініціативний туроперейтинг	12	4	4	-	4
Разом за змістовим модулем 4	24	8	8	-	8
Усього годин	75	22	24	-	29
Модуль 2					
Курсова робота	30			30	
Усього годин	105	22	24	30	29

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Технологія туropolерейтингу		
1	Основи туropolерейтингу	2
2	Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі	2
Змістовний модуль 2. Технологія турпроекткування		
3	Технологія створення туристичного продукту, формування його	2
4	Правила формування програм перебування туристів	2
Змістовний модуль 3. Організаційні основи обслуговування туристів		
5	Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві	4
6	Управління якістю комплексного туристичного обслуговування	4
Змістовий модуль 4. Прикладний туropolерейтинг		
7	Рецептивний туropolерейтинг	4
8	Ініціативний туropolерейтинг	4
	Усього	24

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Технологія туropolерейтингу		
1	Основи туropolерейтингу	3
2	Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі	4
	Усього за змістовим модулем 1	7
3	Технологія створення туристичного продукту, формування його	3
4	Правила формування програм перебування туристів	3
Змістовний модуль 3. Організаційні основи обслуговування туристів		
5	Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві	4
6	Управління якістю комплексного туристичного обслуговування	4
Змістовий модуль 4. Прикладний туropolерейтинг		
7	Рецептивний туropolерейтинг	4
8	Ініціативний туropolерейтинг	4
	Усього	29

7. Індивідуальні завдання

У процесі вивчення навчальної дисципліни «Туроперейтинг» для формування у студентів професійних компетентностей, глибоких теоретичних та практичних знань використовують різні форми аудиторної та поза аудиторної самостійної роботи, що дозволяє активізувати їхню пізнавальну та дослідну діяльність.

Однією з форм такого роду активізації освітнього процесу є проведення індивідуальної науково-дослідної роботи.

Згідно з навчальним планом спеціальності 242 «Туризм» ОПП «Туризм» для дисципліни «Туроперейтинг» передбачено виконання індивідуального завдання у формі курсової роботи.

Курсова роботи посідає особливе місце в системі діагностики якості підготовки фахівців з туризму. Курсову роботу спрямовано на розвиток самостійної діяльності й аналітичних здібностей студентів. Виконання курсової роботи дасть змогу студентам поглибити та систематизувати свої теоретичні та практичні знання у сфері туризму та організації обслуговування туристів, що допоможе закласти основи до ведення ними практичної діяльності в туристичній галузі у майбутньому.

У процесі підготовки курсової роботи студент повинен виявити вміння використовувати останні нормативно-правові акти, різноманітні дозвільні документи, наукову літературу та періодику; логічно та грамотно формулювати та висловлювати власні думки, робити висновки та обґрунтовані пропозиції.

Студенту надається право вибору теми курсової роботи з числа визначених або можливість запропонувати свою тему з обґрунтуванням її розробки. План курсової роботи повинен бути складним і містити: вступну частину; основну частину (три розділи, кожен з яких повинен містити не менше двох підрозділів); висновки та пропозиції; список використаних джерел; додатки.

Методичні аспекти написання курсової роботи та її оцінювання детально описано у «Методичних рекомендаціях до виконання курсової роботи з дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 242 «Туризм» освітньої програми «Туризм».

7.1. Рекомендована тематика курсових робіт

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 пропонувані 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 пропонувані туроператорами на ринку екскурсійного туризму для українських туристів до Парижу, Відню, Лондону, США.
8. Аналіз туристського продукту провідних туроператорів, що організовують 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.
10. Провідні українські інсайдінгові туроператори, характеристика, сучасні потреби, просування та реалізація.
11. Дослідження туристського продукту провідних українських туроператорів, що формують масові тури до 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 туропереїтингу.

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 туропереїтингу в Україні.

33. Інноваційний науковий та інформаційний супровід головних технологій та систем туропереїтингу у світі, регіон

34. Технології створення атрактивних програм туропереїтингу в Україні

35. Технології створення атрактивних програм туропереїтингу регіон...

36. Сучасний портрет користувача туристських послуг (клієнта): технології досліджень, потреб, психофізіологічні особливості.

37. Туропереїтинг як міжгалузевий комплекс економіки регіонів України.

38. Проблеми «національного туропереїтинга»: зміст, характеристика, приклади.

39. Сучасний стан та перспективи розвитку туроператорської та турагентської діяльності в Україні.

40. Екологічний туропереїтинг: сучасні концепції менеджменту і маркетингу.

41. Сучасна технологія розробки турів в системі «Туроператор-Турист»

42. Реклама та PR – технології у туропереїтингу та сервісі: проблеми, перспективи.

7.2. Критерії оцінювання курсової роботи відповідно до вимог кредитно-модульної системи

Критерій за яким оцінюється робота	Рейтинговий бал
1. Перевірка курсової роботи:	70
– відповідність змісту курсової роботи завданню та вимогам навчально-методичних рекомендацій щодо її виконання	45
– самостійність вирішення поставленої задачі, виконання розрахунків, графіків та таблиць	10
– наявність елементів науково-дослідного характеру	5
– використання комп'ютерних технологій	5
– відповідність стандартам оформлення	5
2. Захист курсової роботи, у тому числі:	30
– доповідь	10
– правильність відповідей на поставлені запитання	20
Всього	100

8. Методи навчання

Основний метод навчання – використання спеціальних консультативно-контрольних навчальних технологій під час проведення лекційних та практичних занять. Також застосовується поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій в освітньому процесі.

При викладанні дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій: проблемні лекції; семінари-дискусії; кейс-метод; практичні заняття із проведенням презентацій, дискусій, круглих столів, вирішення професійно-орієнтованих задач; самонавчання на основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, навчальних мультимедійних матеріалів, через електронне модульне середовище навчального процесу Moodle.

9. Методи контролю

Комплекс контрольних заходів містить поточний і підсумковий контроль.

Поточний контроль включає оцінювання знань здобувача вищої освіти під час проведення практичних занять, виконання завдань самостійної та індивідуальної робіт, визнання результатів неформальної освіти (за бажанням студента) тощо.

Підсумковий контроль знань проводиться у вигляді екзамену за екзаменаційними білетами, структуру яких НПП визначає самостійно.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний (модульний) контроль												Підсумковий контроль	Сума
ЗМ 1			ЗМ 2			ЗМ 3			ЗМ 4				
T1	T2	МК 1	T3	T4	МК 2	T5	T6	МК 3	T7	T8	МК 4	30	100
5	5	7	5	5	7	5	5	8	5	5	8		

Розподіл балів за виконання курсової роботи

Виконання курсової роботи	Захист курсової роботи	Сума
70	30	100

11. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

12. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення організації навчального процесу з навчальної дисципліни «Туроперейтинг» містить:

- освітньо-професійну програму;
- робочу програму навчальної дисципліни;
- конспект лекцій з навчальної дисципліни;
- плани практичних занять і методичні рекомендації щодо їх проведення;

1. Методичні вказівки щодо організації самостійної роботи студентів денної форми навчання з вивчення дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризм». Умань: Уманський НУС, 2021. с. 64.

2. Методичні вказівки проведення практичних занять з дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризм». Умань: Уманський НУС, 2021. с. 32.

3. Методичні вказівки до виконання курсової роботи для студентів денної форми навчання з вивчення дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризм». Умань: Уманський НУС, 2021. 36 с.

13. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Нормативно-правові акти:

1. ДСТУ 4268-2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення туристів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. К. : Держспоживстандарт України, 2004.
2. ДСТУ 4269-2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. К. : Держспоживстандарт України, 2004.
3. ДСТУ 4527-2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: Від 28.02.06. К. : Держспоживстандарт України, 2006.

Базова

1. Баєв В. В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2016. 156 с.
2. Брич. В. Я. Туropolерейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
3. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посібник; Одес. нац. екон. ун-т. 2-ге вид., доп. і доопр. Херсон : Олді-плюс, 2016. 248 с.
4. Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: НАІР, 2014. 364 с.
5. Мальська М. П. Світовий досвід розвитку туризму. К.: Центр учбової літератури, 2017. 244 с.
6. Мальська М.П. Економіка туризму : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2017. 544 с.
7. Матвієнко А.Т., Цись В.Г. Технологія та організація туристичної діяльності : навч. посібник. Київ : Кондор, 2015. 120 с.
8. Михайліченко Г.І. Туropolерейтинг : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304
9. Тимчук С.В., Нещадим Л.М. Словник термінів з дисципліни «Туropolерейтинг». Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. 87 с.
10. Тимчук С.В., Нещадим Л.М., Нагернюк Д.В. Туropolерейтинг : навч. посіб. Умань : ВПЦ «Візаві», 2018. 320 с.
11. Тягунова Н.М. Основи організації туристичного бізнесу. Кредитно-модульний курс: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2016. 130 с.

Допоміжна

1. Tranchenko L. V., Yavorska V. V., Sych V. A., Timchuk S. V., Tereschuk N. V. Features of communication in the hospitality industry in the context of

globalization // Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова. Серія: Географічні та геологічні науки. Т 26. Вип. 1(38), 2021. С. 215-230

2. Кудла Н. Є. Управління якістю в туризмі : підручник. Львів. ін-т екон. і туризму. Київ : ЦУЛ, 2015. 328 с.

3. Селецький, С. І. Правове регулювання туризму в Україні : навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2016. 186 с

4. Тимчук С.В. Підприємництво на туристичному ринку центральної України. *Інфраструктура ринку*. Вип. 25. 2018 р. С. 562-567

5. Тимчук С.В., Нещадим Л.М., Саковська О.М. Tourism attractiveness of Central Ukraine. Збірник наукових праць Уманського НУС. Випуск 95. Частина 2. 2019. 69-79.

6. Транченко Л.В., Терещук Н.В., Тимчук С.В., Нещадим Л.М. Словник термінів з дисципліни «Інфраструктура туризму». Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. 66 с.

14. Інформаційні ресурси

1. Верховна рада України. Офіційний веб-портал. URL: www.rada.gov.ua

2. Державне агентство України з туризму та курортів. URL: www.tourism.gov.ua

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

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

5. Flights, Hotels, Holiday Package, Cruises. URL: [http:// www/ travel.ru](http://www/travel.ru)

6. Tourism Highlights. 2009 Edition. URL: www.unwto.org.

7. Travel Leisure. Plan Your Getway Vacation Today. URL: www.reiseburo.ru/home/leisure/railcruises

8. Travel and Tourism economic impact / World travel and tourism council. URL: www/wttc.org/eng/TourismResearch/Tourism_Economic_Research/CountryReports/Ukraine_/.

9. UNWTO. World Tourism Barometer. Committed to Tourism, Travel and the Millennium Development Goals. URL: www.world-tourism.org

15. Зміни в робочій програмі

Оновлено методичне забезпечення та рекомендовану літературу.