



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський державний екологічний університет

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

на засіданні групи забезпечення
спеціальності 101 Екологія
від « 14 » 09 2023 року
протокол № 7
Голова групи  Чугай А.В.

«УЗГОДЖЕНО»

Декан природоохоронного факультету
 Чугай А.В.

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

(назва навчальної дисципліни)

101 «Екологія»

(цифра та назва спеціальності)

Організація еколого-туристичної діяльності

(назва освітньої програми)

бакалавр

(рівень вищої освіти)

заочна

(форма навчання)

5

(рік навчання)

2 / 60

(семестр навчання)

(кількість кредитів ЄКТС/годин)

залік

(форма контролю)

Економіки природокористування

(кафедра)

Одеса, 2023 р.

Автори: Андрущенко О.С., доцент кафедри економіки природокористування,
к.е.н., доцент

(прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

(прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

Поточна редакція розглянута на засіданні кафедри економіки природокористування від «21» серпня 2023 року, протокол № 1.

Викладачі: лекційний модуль: Андрущенко О.С., доцент кафедри економіки природокористування, к.е.н., доцент

(вид навчального заняття: прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

практичний модуль: Андрущенко О.С., доцент кафедри економіки природокористування, к.е.н., доцент

(вид навчального заняття: прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

Перелік попередніх редакцій

Прізвища та ініціали авторів	Дата, № протоколу	Дата набуття чинності

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета	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, набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпаketу, схеми його просування та реалізації.
Компетентність	Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту
Результат навчання	Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.
Базові знання	<ul style="list-style-type: none"> • сутності категорій "туроперейтинг", "турпродукт", "туристичний пакет", "туристична організація", "туристична індустрія"; • сутності туроператорської діяльності; • основних технологічних процесів туристської діяльності: виробництво, реалізація, споживання туристських послуг; • технології та організації туристичних подорожей; • 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;
Базові вміння	<ul style="list-style-type: none"> • визначати параметри туристичних потоків; • проводити аналіз основних напрямів руху туристів; • виконувати необхідні формальності туристичної діяльності; • організовувати взаємодію з туроператорами, консолідаторами рейсів та турів, рецептивними та ініціативними туроператорами; • застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі; • розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення активності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії, забезпечення їх нормативно-правовою базою; • правила та порядок оформлення туристичних документів, виконання туристичних формальностей.
Базові навички	Організовувати процес обслуговування туристів в процесі споживання туристичного продукту
Пов'язані силлабуси	немає
Попередня дисципліна	немає
Наступна дисципліна	немає
Кількість годин	лекції: 2 практичні заняття: - консультації: 8 самостійна робота студентів: 50

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Лекційні модулі

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		ауд.	СРС
	Настановна лекція	2	
ЗМ-Л1	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ <ul style="list-style-type: none">Понятійний апарат туроперейтингу, класифікація і види туроператорів, їх основні функціїВиди та характеристика найпопулярніших турів		5 5
	ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА <ul style="list-style-type: none">Поняття та основні характеристики тур пакета. Складові тур-пакетаТехнологія організації турівОрганізація туристичних подорожей туроператором		5 5 5
Підготовка до залікової контрольної роботи			5
Разом:		2	30

Консультації: Андрущенко Олеся Сергіївна, за розкладом пар академічних годин ауд. 308 НЛК № 2. E-mail: an.lesya2405@gmail.com

2.2. Практичний модуль

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		ауд.	СРС
ЗМ-П1	Практичний модуль 1		
	1. Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора		4
	2. Управління збутовою діяльністю туроператора		3
	3. Організація діяльності з обслуговування туристів		4
	4. Інформаційні технології в туроперейтингу		4
Контрольна робота (КР-1)			5
Разом:			20

Консультації: Андрущенко Олеся Сергіївна, за розкладом пар академічних годин ауд. 308 НЛК № 2. E-mail: an.lesya2405@gmail.com

2.3. Самостійна робота студента та контрольні заходи

Код модуля	Завдання на СРС та контрольні заходи	Кількість годин	Строк проведення
ЗМ-Л1	<ul style="list-style-type: none">Виконання тем лекційного модуляВиконання модульної контрольної роботи (МКР-1)	25	жовтень-грудень
ЗМ-П1	<ul style="list-style-type: none">Виконання тем практичного модуляВиконання модульної контрольної роботи (КР-1)	20	жовтень-грудень
	Підготовка до залікової контрольної роботи	5	сесія
	Разом:	50	

1. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-Л1.

Контроль проводиться після вивчення лекційного матеріалу модуля ЗМ-Л1 в формі модульної контрольної роботи МКР-1 тестового типу в якій студенти відповідають на 20 запитань, що розміщена на сторінці кафедри економіки природокористування в системі дистанційного навчання MOODLE за адресою Курс: Основи туropolерейтингу (odeku.edu.ua). Час, що виділяється на виконання МКР-1 складає 60 хвилин.

Максимальна оцінка за контрольну роботу складає 50 балів або 2,5 бали за одну правильну відповідь. Критерії оцінювання результатів контрольного заходу: правильна відповідь на 20 запитань – відмінно (50 балів), правильна відповідь на 16-19 запитань – добре (40-47,5 балів), правильна відповідь на 12-15 запитань – задовільно (30-37,5 балів), правильна відповідь менше ніж на 12 запитань – незадовільно (менше 30 балів).

2. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-П1.

Контроль проводиться після вивчення матеріалу практичного модуля ЗМ-П1 в формі письмової контрольної роботи КР-1 в якій студенти розробляє проект програми туру. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші. Час, що виділяється на виконання КР-1 визначається при видачі завдання.

Максимальна оцінка за контрольну роботу складає **50** балів. Критерії оцінювання результатів контрольного заходу: розроблена за всіма критеріями програма туру та правильно визначена економічна ефективність туристичного продукту – відмінно (47-50 балів), програма туру розроблена з незначними зауваженнями та/або допущені незначні помилки при визначенні економічної ефективності туристичного продукту – добре (40-47 балів), в роботі допущені 3 грубі помилки або правильно виконано 1/2 завдання (30-40 балів), в завданні допущено більше 3 грубих помилок або правильно виконано 1/3 завдання – незадовільно (менше 25 балів).

3. Методика оцінювання за всіма змістовними модулями.

Підсумковою оцінкою за всіма змістовними модулями (ОЗ) буде сума балів за лекційний і практичний модулі.

4. Методика проведення та оцінювання підсумкового контрольного заходу.

Питання про допуск до семестрового заліку розглядається тільки за умови, якщо студент виконав всі види робіт, передбачені робочою навчальною програмою і набрав за модульною системою суму балів не менше 50% від максимально можливої за практичну частину (25 балів) та теоретичну частини (25 балів). В іншому випадку студент вважається таким, що не виконав навчального плану дисципліни і не допускається до заліку.

Формою підсумкового семестрового контролюючого заходу є залік. Завдання залікової контрольної роботи дисципліни «Основи туроперейтингу» являють собою тестові завдання закритого типу, які потребують від студента вибору правильних відповідей з чотирьох запропонованих у запитанні. Тестові питання кожного питання формуються по всьому переліку сформованих у навчальній дисципліні знань (в першу чергу базової компоненти), а їх загальна кількість складає 20 завдань. Повна правильна відповідь на 1 тестове завдання оцінюється у **5 балів**. Оцінка успішності виконання студентом цього заходу здійснюється у формі кількісної оцінки (бал успішності) та максимально складає **100 балів**. Перехід від кількісної оцінки до якісної оцінки здійснюється за 4-х бальною системою відповідно до наступної шкали - **за правильну відповідь: на 18-20 тестів (90-100%) – «відмінно»; на 15-17 тестів (74-89%) – «добре»; на 12-14 тестів (60-73%) – «задовільно»; на менш ніж 12 тестів (<60%) – «незадовільно».**

5. Методика підсумкового оцінювання за дисципліну.

Сума балів, яку одержав студент за всі контрольні роботи з практичної та теоретичної частини формують інтегральну оцінку студента з навчальної дисципліни.

Інтегральна оцінка (В) за дисципліну розраховується за формулою:

$$B = 0,75 \times OZ + 0,25 \times OZKP,$$

де В – інтегральна оцінка поточної роботи студента в 100-бальній шкалі по дисципліні; ОЗ – оцінка роботи студента за змістовними модулями ($OZ \geq 60\%$), ОЗКР – оцінка залікової контрольної роботи, яка проводиться під час заліково-екзаменаційної сесії за тестами оцінки знань базової компоненти навчальної дисципліни та має бути виконана на $\geq 50\%$ від максимальної оцінки.

Наприкінці сесії студент отримує інтегральну оцінку з дисципліни за всіма системами оцінювання наступним чином: студент, який не має на початок заліково-екзаменаційної сесії заборгованості по дисципліні, отримує якісну оцінку (зараховано або не зараховано) згідно з табл. 1 за умови:

- 1) якщо має на останній день семестру інтегральну суму балів поточного контролю достатню ($OZ \geq 60\%$) для отримання позитивної оцінки,
 2) має $OZKP \geq 50\%$ від максимально можливої суми балів за залікову контрольну роботу;

Таблиця 1

Шкала оцінювання

Бал успішності (у відсотках)	За національною системою		За шкалою ECTS
	для іспиту	для заліку	
90 – 100	5 (відмінно)	зараховано	A
82 – 89,9	4 (добре)	зараховано	B
74 – 81,9	4 (добре)	зараховано	C
64 – 73,9	3 (задовільно)	зараховано	D
60 – 63,9	3 (задовільно)	зараховано	E
35 – 59,9	2 (незадовільно)	не зараховано	FX
1 – 34,9	2 (незадовільно)	не зараховано	F

3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Рекомендується наступний порядок вивчення дисципліни «Основи туropolерейтингу»:

- зміст кожної теми курсу вивчається за допомогою навчальної та методичної літератури, що наведена в списку;
- після засвоєння змісту кожної теми курсу потрібно відповісти на «питання самоперевірки», що наведені у даних методичних вказівках і відповідній літературі;
- якщо виникли питання при вивченні теоретичного матеріалу або при виконанні контрольних робіт, то потрібно звернутись до викладача, що відповідальний за лекційний модуль.

3.1. Модуль ЗМ-Л1 «Теоретичні основи туropolерейтингу. Туристичний продукт як предмет діяльності туropolератора».

3.1.1. Повчання

Розділи модуля ЗМ-Л1 формують у студентів уявлення про сутність туropolераторської діяльності, роль та завдання туropolератора. на туристичному ринку, класифікацію та види туropolераторів за спеціалізацією, територіальним рівнем та формою організації, основні функції туropolератора та турагента, види та характеристики найпопулярніших турів; сутність, особливості та складові туристичного продукту, основні поняття та характеристики тур-паketу, складові тур-паketу, технології проектування туристичних послуг, етапи створення нового

туру, технології організації турів, програми перебування туристів, особливості підписання договорів з партнерами по туристичному бізнесу.

3.1.2. Питання для самоперевірки

Запитання, що входять до тестів модуля ЗМ-Л1 являють собою базові знання та необхідний мінімум знань, який потрібний для засвоєння дисципліни «Основи туроперейтингу», наведені нижче:

1. Дайте визначення туроперейтингу. [3, с.6-20]
2. Які є види туроперейтингу? [3, с.6-20]
3. Що є об'єктом та суб'єктом туроперейтингу? [3, с.6-20]
4. Дайте визначення туроператора і турагента? [3, с.6-20]
5. Що розуміють під туроператорською діяльністю? [3, с.6-20]
6. Що відносять до основних завдань туроператорів? [3, с.6-20]
7. Які є види туроператорів за профілем виробничої діяльності? [3, с.6-20]
8. Яких туроператорів називають багатопрофільними? [3, с.6-20]
9. За якими ознаками поділяють монопрофільних туроператорів? [3, с.6-20]
10. Якими бувають туроператори за місцем діяльності? [3, с.6-20]
11. Що таке флайтер? [3, с.6-20]
12. Що передбачає сервісна функція туроператора? [2, с.41-44]
13. Які завдання передбачає виконання новаторської функції? [2, с.41-44]
14. В чому полягає збутова функція туроператора? [2, с.41-44]
15. Які бувають тури в залежності від складу основних і додаткових туристичних послуг та можливостей їх зміни чи комбінування? [2, с.57-68]
16. Що таке інклюзивний тур? [2, с.57-68]
17. Які бувають види спортивних турів? [2, с.57-68]
18. Що таке екологічний тур? [2, с.57-68]
19. Як визначає Закон України «Про туризм» туристичний продукт? [2, с.53-57]
20. Які особливості притаманні туристичному продукту? [2, с.53-57]
21. Що таке туристична послуга? [2, с.53-57]
22. Назвіть групи на які розподіляється комплекс туристичних послуг, що включаються в турпродукт? [2, с.53-57]
23. Поясніть, що таке основні та додаткові туристичні послуги. [2, с.53-57]
24. Які є етапи створення нового турпродукту? [2, с.84-91]
25. На яких принципах слід будувати співпрацю туроператора з постачальниками туристичних послуг? [2, с.84-91]
26. Що таке технологічна карта туристичної подорожі? [2, с.84-91]
27. Що таке туристичний ваучер? [2, с.84-91]
28. Що таке інфолист для туристів? [2, с.84-91]
29. Що відбувається на етапі експериментальної перевірки туру? [2, с.84-91]
30. Назвіть складові турпаketу? [2, с.68-81]
31. Що таке трансфер? [2, с.68-81]
32. Які розрізняють види трансферу? [2, с.68-81]

33. Які є види закладів розміщення? [2, с.68-81]
34. *Які номери є за категорією розміщення?* [2, с.68-81]
35. Які комбінації розміщення та типу харчування розрізняють в туризмі? [2,с.68-81]
36. *Що таке віза?* [2, с.68-81]
37. Що таке програма перебування туристів? [3, с.76-80]
38. З яких елементів складається програма перебування? [3, с.76-80]
39. *Які принципи та вимоги висувають до формування програм перебування?*[3, с.76-80]
40. Які позиції визначають при формуванні програми перебування? [3, с.76-80]
41. *Що таке програма перебування туристів?* [3, с.76-80]
42. З яких елементів складається програма перебування? [3, с.76-80]
43. *З яких ланок складається технологія організації туру?* [2, с.82-84]
44. Які є комп'ютерні системи бронювання туристичних послуг? [3, с.72-76]
45. Що є завданнями представників рецептивного туроператора? [3, с.72-76]
46. *Що належить до функцій представника туристичної фірми за кордоном?*[3, с.72-76]
47. *Які професійні вимоги висуваються до представників туроператора?* [3,с.72-76]
48. Які є методи контролю за якістю туристичних послуг? [3, с.72-76]
49. Що розуміють під блоком місць? [2, с.105-125]
50. *Що є основними функціями зарубіжних представників туроператора?* [2,с.105-125]

Примітка:

Курсивом виділено питання для самоперевірки базових результатів навчання

3.2. Модуль ЗМ-П1 «Практичний модуль»

При вивченні практичного модуля студенти набувають знання про сутність, особливості та складові туристичного продукту, види найпопулярніших турів, основні характеристики та складові тур-пакету, концепцію збутової політики в туризмі, суть та значення каналів розподілу туристичних продуктів, системи управління збутом туристичних операторів, формування туристичними підприємствами збутової стратегії, організацію обслуговування клієнтів туристичними підприємствами, мету, ліцензування і стандартизацію туристичної діяльності, формування системи управління якістю на туристичному підприємстві, 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.

Перевірка якості засвоєних знань і одержаних навичок при вивченні цього модуля здійснюється викладачем під час оцінювання виконання студентом письмового завдання з розробки туру.

4. ПИТАННЯ ДО ЗАХОДІВ ПОТОЧНОГО, ПІДСУМКОВОГО ТА СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

4.1. Тестові завдання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-Л1.

<i>№</i>	<i>Тестові питання</i>	<i>Джерело</i>
1	Які є види туроперейтингу?	3, с.6-20
2	Основним завданням туроператора виступає:	2, с.36-40
3	Оператори, що формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни за кордоном, це:	3, с.8-14
4	Ціноутворення на туристичному ринку – це функція:	2, с.41-44
5	Туроператори, що продають велику кількість турпродукту, спрямованого на масовий попит, це:	3, с.8-14
6	Які є види туроператорів за профілем виробничої діяльності?	3, с.6-20
7	Оператори, що здійснюють діяльність у певному географічному напрямі і пропонують тури одного виду, називаються	3, с.8-1
8	Основним завданням турагента виступає:	3, с.23-38
9	За якими ознаками поділяють монопрофільних туроператорів	3, с.6-20
10	Яких туроператорів називають багатoproфільними?	3, с.6-20
11	Які бувають види спортивних турів?	2, с.57-68
12	Якими бувають туроператори за місцем діяльності?	3, с.6-20
13	Оператори, які спеціалізуються на окремо визначеному продукті або сегменті ринку (певна країна, певний вид туризму тощо), це:	3, с.8-14
14	Що таке інклюзивний тур?	2, с.57-68
15	Що таке екологічний тур?	2, с.57-68
16	Які особливості притаманні туристичному продукту?	2, с.53-57
17	Що таке туристична послуга?	2, с.53-57
18	Назвіть групи на які розподіляється комплекс туристичних послуг, що включаються в турпродукт?	2, с.53-57

19	Оператори, які формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни в межах країни, це:	3, с.6-8
20	Рекреаційні тури відносять до категорії:	2, с.57-68
21	Джерелами для зниження цін на туристичну продукцію можуть бути:	2, с.202-206
22	Агентський договір визначає:	2, с.34-35
23	Інформація про порядок зустрічі, відправлення і супроводу туристів міститься у:	2, с.86-89
24	Асистанс – це...	2, с.121-122
25	Технологічні вимоги до процесу туристичного обслуговування включають наступну документацію	2, с.82-84
26	Безпека і комфорт туристів забезпечується:	2, с.93-103
27	Першим етапом роботи рецептивного туроператора при зустрічі з туристом є:	3, с.81-104
28	Туроператор, це	3, с.6-20
29	Назвіть складові турпакету?	2, с.68-81
30	Перевагою монопрофільних туроператорів є:	3, с.8-14
31	Віза – це:	2, с.68-81
32	Які є види закладів розміщення?	2, с.68-81
33	Трансфер – це:	2, с.68-81
34	Турагент це	3, с.23-38
35	Які розрізняють види трансферу?	2, с.68-81
36	Які є комп'ютерні системи бронювання туристичних послуг?	3, с.72-76
37	Завданнями представників рецептивного туроператора є:	3, с.72-76
38	Що із переліченого належить до функцій представника туристичної фірми за кордоном:	3, с.72-76
39	Яка з нижчеперелічених функцій відноситься до основних обов'язків турагента:	3, с.23-38
40	Які номери є за категорією розміщення?	2, с.68-81
41	Інклюзивний тур – це:	2, с.57-68
42	Технологія продажу послуг в туризмі складається з наступних етапів:	3, с.35-38
43	Екологічний тур – це:	2, с.57-68
44	Як визначається ціна реалізації тур продукту?	3, с.38-42
45	Відповідальність сторін визначається:	3, с.41-43
46	Програма перебування туристів складається з таких елементів:	3, с.76-79

47	За які послуги несе відповідальність рецептивний туроператор перед туристами	3, с.101-105
48	Організовувати туристичну діяльність можуть:	2, с.29-35
49	Класифікація підприємств готельного господарства України здійснюють відповідно до:	3, с.23-29
50	Основні тенденції міжнародного туроперейтингу:	2, с.46-52

4.3 Завдання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-ПІ.

Формування турів, екскурсійних програм, надання основних, додаткових і супутніх послуг складають технологію туристичного обслуговування, тобто це формування конкретного туристичного продукту для задоволення потреб у туристській послугі.

Тур – це первинна одиниця туристичного продукту, реалізована клієнту як єдине ціле, продукт праці тур оператора на певний маршрут і в конкретний термін. Розробка туру – це багатоступінчаста процедура, що вимагає досить високої кваліфікації і є основним елементом технології туристичного обслуговування.

Приклад виконання завдання модульної контрольної роботи модуля ЗМ- ПІ наведено в методичних вказівках до організації практичних занять з дисципліни «Основи туроперейтингу» [12], с.12-19.

4.4. Тестові завдання до залікової контрольної роботи

<i>№</i>	<i>Тестові питання</i>	<i>Джерело</i>
1	Асистанс – це...	2, с.121-122
2	Які є види туроперейтингу?	3, с.6-20
3	Основним завданням туроператора виступає:	2, с.36-40
4	Оператори, що формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни за кордоном, це:	3, с.8-14
5	Ціноутворення на туристичному ринку – це функція:	2, с.41-44
6	Туроператори, що продають велику кількість турпродукту, спрямованого на масовий попит, це:	3, с.8-14
7	Які є види туроператорів за профілем виробничої діяльності?	3, с.6-20
8	Оператори, що здійснюють діяльність у певному географічному напрямі і пропонують тури одного виду, називаються	3, с.8-14
9	За якими ознаками поділяють монопрофільних туроператорів	3, с.6-20

10	Основним завданням турагента виступає:	3, с.23-38
11	Туроператори на прийомі, які комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг, це	3, с.81-104
12	Яких туроператорів називають багатoproфільними?	3, с.6-20
13	Які бувають види спортивних турів?	2, с.57-68
14	Якими бувають туроператори за місцем діяльності?	3, с.6-20
15	Оператори, які спеціалізуються на окремо визначеному продукті або сегменті ринку (певна країна, певний вид туризму тощо), це:	3, с.8-14
16	Що таке інклюзивний тур?	2, с.57-68
17	Що таке екологічний тур?	2, с.57-68
18	Які особливості притаманні туристичному продукту?	2, с.53-57
19	Що таке туристична послуга?	2, с.53-57
20	Назвіть групи на які розподіляється комплекс туристичних послуг, що включаються в турпродукт?	2, с.53-57
21	Оператори, які формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни в межах країни, це:	3, с.6-8
22	Рекреаційні тури відносять до категорії:	2, с.57-68
23	Джерелами для зниження цін на туристичну продукцію можуть бути:	2, с.202-206
24	Агентський договір визначає:	2, с.34-35
25	Для реалізації законодавчої вимоги про надання туристам повної та достовірної інформації про майбутню подорож, крім договору, необхідно:	2, с.34-35
26	Інформація про порядок зустрічі, відправлення і супроводу туристів міститься у:	2, с.86-89
27	Географічна територія, що має певні межі, що може залучати й задовольняти потреби досить широкої групи туристів	2, с.53-57
28	Першим етапом роботи рецептивного туроператора при зустрічі з туристом є:	3, с.81-104
29	Туроператор, це	3, с.6-20
30	Назвіть складові турпаketу?	2, с.68-81
31	Перевагою монопрофільних туроператорів є:	3, с.8-14
32	Віза – це:	2, с.68-81
33	Які є види закладів розміщення?	2, с.68-81
34	Трансфер – це:	2, с.68-81
35	Турагент це	3, с.23-38
36	Що з переліченого нижче відноситься до однієї з основних обов'язків туроператора:	3, с.23-29

37	Які розрізняють види трансферу?	2, с.68-81
38	Які є комп'ютерні системи бронювання туристичних послуг?	3, с.72-76
39	Завданнями представників рецептивного туроператора є:	3, с.72-76
40	Що із переліченого належить до функцій представника туристичної фірми за кордоном:	3, с.72-76
41	Яка з нижчеперелічених функцій відноситься до основних обов'язків турагента:	3, с.23-38
42	Які номери є за категорією розміщення?	2, с.68-81
43	Інклюзивний тур – це:	2, с.57-68
44	Технологія продажу послуг в туризмі складається з наступних етапів:	3, с.35-38
45	Екологічний тур – це:	2, с.57-68
46	Як визначається ціна реалізації тур продукту?	3, с.38-42
47	Відповідальність сторін визначається:	3, с.41-43
48	Програма перебування туристів складається з таких елементів:	3, с.76-79
49	За які послуги несе відповідальність рецептивний туроператор перед туристами	3, с.101-105
50	Організувати туристичну діяльність можуть:	2, с.29-35
51	Класифікація підприємств готельного господарства України здійснюють відповідно до:	3, с.23-29
52	Відповідальність ініціативного туроператора перед туристами:	3, с.101-105
53	Основні тенденції міжнародного туроперейтингу:	2, с.46-52
54	Туроператори, які відправляють туристів за кордон або інші регіони за домовленістю з приймаючими операторами або безпосередньо з туристичними підприємствами, це:	3, с.108-113
55	Технологічні вимоги до процесу туристичного обслуговування включають наступну документацію	2, с.82-84
56	Безпека і комфорт туристів забезпечується:	2, с.93-103
57	Який документ встановлює право туриста на послуги, що входять до складу туру і підтверджує факт їх передачі?	2, с.86-89
58	Прагнення туристичного оператора до виживання в мінливих ринкових умовах, що вимагає перманентного моніторингу кон'юнктури туристичного ринку і своєчасної модифікації існуючого або створення принципово нового турпродукту, що максимально відповідає існуючим потребам туристів – це:	2, с.41-44

59	Набір послуг, що надаються туристам у відповідності з їх потребами і тематикою туру, заздалегідь оплачений і розподілений за часом –це	3, с.76-80
60	Яка функція туроператора проявляється в тому, що в процесі розробки, просування, реалізації турів оператор поширює на ринку всі можливі дані, часто маловідомі, або взагалі раніше не відомі, отримані в результаті копіткої роботи туроператора як з вторинними джерелами інформації, так і в ході відрядження та ознайомчих подорожей	2, с.41-44

5. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна:

1. Мальська М.П. Худо В.В. Туристичний бізнес: підручник. Київ. Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
2. Брич В. Я. Туроперейтинг: підруч. Тернопіль: Економічна думка. ТНЕУ, 2017. 440 с.
3. Баєв В. В. Основи туроперейтингу: навч. посіб. Київ. ДП «Вид. дім «Персонал», 2016. 156 с.

Додаткова:

4. Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. Изд. Київ. Знання, 2007. 798с.
5. Кравцов С.С., Дрокіна Н.І. Менеджмент турбюро та організаторів подорожей: навч. посіб. Донецьк: ДІТБ, 2012. 236 с.
6. Кекушев В.П., Сергеев В.П., Степаницкий В.Б. Основы менеджмента экологического туризма: учеб. пособ. Москва. Издательство МНЭПУ, 2001. 60 с.
7. Мальська М. П., Рутинський М.Й., Білоу С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. Київ. «Центр учбової літератури», 2014. 544 с.
8. Чудновский А.Д., Королев Н.В., Гаврилова Е.А., Жукова М.А., Зайцева Н.А. Менеджмент туризма: ученик. Москва. Федеральное агентство по туризму, 2014. 576 с.
9. <http://www.greentour.com.ua/>

Посилання на електронні ресурси ОДЕКУ:

10. Електронна бібліотека ОДЕКУ: www.library-odeku.16mb.com
11. Репозитарій ОДЕКУ: <http://eprints.library.odeku.edu.ua>
12. Демяненко С.Г., Шуптар-Пориваєва Н.Й. Методичні вказівки до організації практичних занять з дисципліни «Основи туроперейтингу» <http://eprints.library.odeku.edu.ua/7447/>

Законодавча база:

13. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
14. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
15. Міністерство культури і інформаційної політики України. URL: <https://mkip.gov.ua/content/turizm.html>