

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Одеський державний екологічний університет

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні групи забезпечення  
спеціальності 242 «Туризм»  
від « 29 » 04 2021 року  
протокол № 9  
Голова групи Губанова О.Р. (Губанова О.Р.)

УЗГОДЖЕНО

Декаан природоохоронного факультету  
Чугай А.В. (Чугай А.В.)

## СИЛЛАБУС

навчальної дисципліни  
**ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ**

(назва навчальної дисципліни)

**242 «Туризм»**

(шифр та назва спеціальності)

**Сталий туризм**

(назва освітньої програми)

**бакалавр**

(рівень вищої освіти)

**денна**

(форма навчання)

**4**

(рік навчання)

**8**

(семестр навчання)

**6 / 180**

(кількість кредитів ЄКТС/годин)

**залік**

(форма контролю)

**Економіки природокористування**

(кафедра)

Одеса, 2021 р.

Автори: Шуптар-Пориваєва Н.Й., доцент, к.е.н.  
(прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

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

Поточна редакція розглянута на засіданні кафедри економіки природокористування від «  »    20   року, протокол №   .

Викладачі: лекції: Шуптар-Пориваєва Н.Й., доцент, к.е.н.  
(вид навчального заняття: прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

Практичні заняття: Шуптар-Пориваєва Н.Й., доцент, к.е.н.  
(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	K21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту
Результат навчання	ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.
Базові знання	1. сутності категорій "туроперейтинг", "туристичний продукт", "туристичний пакет", "туристична організація", "туристична індустрія"; 2. сутності туроператорської діяльності; 3. основних технологічних процесів туристської діяльності: виробництво, реалізація, споживання туристських послуг; 4. технології та організації туристичних подорожей; 5. формування пакетних та індивідуальних програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації, (регіону, району, країни); 6. формування взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку, нормативно-правове забезпечення співпраці;
Базові вміння	- 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	Іноземна мова, Стандартизація, сертифікація та ліцензування в туристичній сфері, Аналіз діяльності підприємств туристичної галузі, Організація туристичної діяльності, Економіко-екологічні засади сталого туризму, Менеджмент та маркетинг туризму
Наступна дисципліна	немає
Кількість годин	лекції: 24 практичні заняття: 24 лабораторні заняття: - самостійна робота студентів: 132

## 2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 2.1. Лекційні модулі

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		аудиторні	СРС
ЗМ-Л1	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ		
	• Понятійний апарат туropolерейтингу, класифікація і види туropolераторів, їх основні функції	6	15
	• Види та характеристика найпопулярніших турів • Підготовка до КР	4	10 5
ЗМ-Л2	ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА		
	• Особливості, складові та етапи створення туристичного продукту	2	6
	• Поняття та основні характеристики тур пакета. Складові тур-пакета	4	6
	• Програми перебування туристів	4	6
	• Технологія організації турів	2	6
	• Організація туристичних подорожей туropolератором	2	6
	• Підготовка до КР		5
Підготовка до заліку			5
Разом:		24	70

Консультації: Шуптар-Пориваєва Н.Й., четвер 14.30, ауд. 308 НЛК № 2.

### 2.2. Практичні модулі

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		аудиторні	СРС
ЗМ-П1	Практичний модуль 1		
	1. Туристичний продукт як предмет діяльності туropolератора	5	10
	2. Управління збутовою діяльністю туropolератора	5	12
	3. Організація діяльності з обслуговування туристів Підготовка до КР	5	10 5
ЗМ-П2	Практичний модуль 2		
	1. Управління якістю комплексного туристичного обслуговування	5	10
	2. Інформаційні технології в туropolерейтингу Підготовка до КР	4	10 5
Разом:		24	62

Консультації: Шуптар-Пориваєва Н.Й., четвер 14.30, ауд. 308 НЛК № 2.

### 2.3. Самостійна робота студента та контрольні заходи

Код модуля	Завдання на СРС та контрольні заходи	Кількість годин	Строк проведення
ЗМ-Л1	• Підготовка до лекційних занять	25	1-6 тижні
	• Підготовка до модульної контрольної роботи № 1	5	6 тижні
	• Модульна контрольна робота № 1 (обов'язкова)		6 тиждень
ЗМ-Л2	• Підготовка до лекційних занять	30	7-12 тижні
	• Підготовка до модульної контрольної роботи № 2	5	12 тижні
	• Модульна контрольна робота № 2 (обов'язкова)		12 тиждень
ЗМ-П1	• підготовка до усного опитування	32	1-6 тижні
	• Підготовка до контрольної роботи	5	6 тиждень
	• Модульна контрольна робота (практична) 1 (обов'язкова)		6 тиждень
ЗМ-П2	• підготовка до усного опитування	20	7-12 тижні
	• Підготовка до контрольної роботи	5	12 тиждень
	• Модульна контрольна робота (практична) 2 (обов'язкова)		12 тиждень
	Підготовка до заліку	5	12 тиждень
Разом:		132	

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

Контроль проводиться після вивчення лекційного матеріалу модуля ЗМ-Л1 в формі письмової модульної контрольної роботи МКР-1 тестового типу в якій студенти відповідають на 10 запитань. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші. Час, що виділяється на виконання МКР-1 визначається при видачі завдання і не перевищує 1 академічної години.

Максимальна оцінка за контрольну роботу складає 20 балів або 2 бала за одну правильну відповідь. Критерії оцінювання результатів контрольного заходу: правильна відповідь на 10 запитань – відмінно (20 балів), правильна відповідь на 8-9 запитань – добре (16-18 бали), правильна відповідь на 6-7 запитання – задовільно (12-14 балів), правильна відповідь менше ніж на 6 запитань – незадовільно (менше 12 балів).

#### 2. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-Л2.

Контроль проводиться після вивчення лекційного матеріалу модуля ЗМ-Л2 в формі письмової модульної контрольної роботи МКР-2 тестового типу в якій студенти відповідають на 10 запитань. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші. Час, що виділяється на виконання МКР-2 визначається при видачі завдання і не перевищує 1 академічної години.

Максимальна оцінка за контрольну роботу складає 30 бали або 3 бала за одну правильну відповідь. Критерії оцінювання результатів контрольного заходу: правильна відповідь на 10 запитань – відмінно (30 балів), правильна відповідь на 8-9 запитань – добре (24-27 бали), правильна відповідь на 6-7 запитання – задовільно (18-21 балів), правильна відповідь менше ніж на 6 запитань – незадовільно (менше 18 балів).

#### 4. Методика підсумкового оцінювання контрольних заходів для всіх лекційних модулів.

Підсумкова оцінка за всі лекційні модулі дорівнює сумі набраних балів за лекційні модулі ЗМ-Л1, ЗМ-Л2, яка не може перевищувати 50 балів.

#### 5. 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 розробляють 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 40 балів. Критерії оцінювання результатів контрольного заходу: розроблена за всіма критеріями програма туру та правильно визначена економічна ефективність туристичного продукту – відмінно (37-40 балів), програма туру розроблена з незначними зауваженнями та/або допущені незначні помилки при визначенні економічної ефективності туристичного продукту – добре (30-37 балів), в роботі допущені 3 грубі помилки або правильно виконано 1/2 завдання (20-30 балів), в заданні допущено більше 3 грубих помилок або правильно виконано 1/3 завдання – незадовільно (менше 20 балів).

#### 6. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-П2.

Контроль проводиться після вивчення матеріалу практичного модуля ЗМ-П2 в формі письмової контрольної роботи КР-2 в якій студенти розв'язують 3 задачі. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші. Час, що виділяється на виконання КР-2 визначається при видачі завдання.

Максимальна оцінка за контрольну роботу складає 10 балів або 3,33 бали за одну правильно вирішену задачу. Критерії оцінювання результатів контрольного заходу: правильно вирішена задача з детальним поясненням ходу розв'язання – відмінно (3-3,33 бали), правильно вирішена задача без детального пояснення ходу розв'язання (2,5-3 бали), в задачі допущено 3 грубі помилки або правильно виконано 1/2 задачі (1,5-2,5 бали), в задачі допущено більше 3 грубих помилок або правильно виконано 1/3 завдання – незадовільно (менше 1,5 балів).

#### 7. Методика оцінювання за всіма змістовними модулями.

Підсумковою оцінкою за всіма змістовними модулями (ОЗ) буде сума балів за лекційні і практичні модулі.

#### 8. 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. Залікова контрольна робота проводиться на останньому занятті з дисципліни. Завдання залікової контрольної роботи дисципліни «Основи турупереїтингу» 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».**

#### 9. 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:

$$B = 0,75 \times O3 + 0,25 \times O3KP,$$

де В – інтегральна оцінка поточної роботи студента в 100-бальній шкалі по дисципліні; ОЗ – оцінка роботи студента за змістовними модулями ( $O3 \geq 60\%$ ), ОЗКР – оцінка залікової контрольної роботи, яка проводиться на останньому занятті з дисципліни 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. 4 за умови: 1) якщо має на останній день семестру інтегральну суму балів поточного контролю достатню ( $O3 \geq 60\%$ ) для отримання позитивної оцінки, 2) має  $O3KP \geq 50\%$  від максимально можливої суми балів за залікову контрольну роботу;

Таблиця 4

Шкала оцінювання

Бал успішності (у відсотках)	За національною системою		За шка- лою 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

Бал успішності (у відсотках)	За національною системою		За шка- лою ECTS
	для іспиту	для заліку	
35 – 59,9	2 (незадовіль- но)	не зарахова- но	FX
1 – 34,9	2 (незадовіль- но)	не зарахова- но	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 „запитання 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, який читав лекції.

#### 3.1. Модуль ЗМ-Л1 «Теоретичні основи туropolерейтингу».

##### 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.

##### 3.1.2. Питання для самоперевірки

Запитання, що входять до тестів до модулів ЗМ-Л1 та ЗМ-П1 являють собою необхідний мінімум знань, який потрібний для засвоєння дисципліни „Основи туropolерейтингу”, наведені нижче:

1. Дайте визначення туropolерейтингу. [4, с.6-20]
2. Які є види туropolерейтингу? [4, с.6-20]
3. Що є об'єктом та суб'єктом туropolерейтингу? [4, с.6-20]
4. Дайте визначення туropolератора і турагента? [4, с.6-20]
5. Що розуміють під туropolераторською діяльністю? [4, с.6-20]
6. Що відносять до основних завдань туropolераторів? [4, с.6-20]



7. Які є види туроператорів за профілем виробничої діяльності? [4, с.6-20]
8. Яких туроператорів називають багатопрофільними? [4, с.6-20]
9. За якими ознаками поділяють монопрофільних туроператорів? [4, с.6-20]
10. Якими бувають туроператори за місцем діяльності? [4, с.6-20]
11. Що таке флайтер? [4, с.6-20]
12. Що передбачає сервісна функція туроператора? [3, с.41-44]
13. Які завдання передбачає виконання новаторської функції? [3, с.41-44]
14. В чому полягає збутова функція туроператора? [3, с.41-44]
15. Які бувають тури в залежності від складу основних і додаткових туристичних послуг та можливостей їх зміни чи комбінування? [3, с.57-68]
16. Що таке інклюзивний тур? [3, с.57-68]
17. Які бувають види спортивних турів? [3, с.57-68]
18. Що таке екологічний тур? [3, с.57-68]
19. Як визначає Закон України «Про туризм» туристичний продукт? [3, с.53-57]
20. Які особливості притаманні туристичному продукту? [3, с.53-57]
21. Що таке туристична послуга? [3, с.53-57]
22. Назвіть групи на які розподіляється комплекс туристичних послуг, що включаються в турпродукт? [3, с.53-57]
23. Поясніть, що таке основні та додаткові туристичні послуги. [3, с.53-57]

### 3.2. Модуль ЗМ-Л2 „Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора”

#### 3.2.1. Повчання

Розділи модуля ЗМ-Л2 формують у студентів уявлення про 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.

#### 3.2.2. Питання для самоперевірки

Запитання, що входять до тестів до модулів ЗМ-Л2 і ЗМ-П2 являють собою необхідний мінімум знань, який потрібний для засвоєння дисципліни „Основи туроперейтингу”, наведені нижче:

1. Які є етапи створення нового турпродукту? [3, с.84-91]
2. На яких принципах слід будувати співпрацю туроператора з постачальниками туристичних послуг? [3, с.84-91]
3. Що таке технологічна карта туристичної подорожі? [3, с.84-91]
4. Що таке туристичний ваучер? [3, с.84-91]
5. Що таке інфолист для туристів? [3, с.84-91]
6. Що відбувається на етапі експериментальної перевірки туру? [3, с.84-91]

7. Назвіть складові турпакету? [3, с.68-81]
8. Що таке трансфер? [3, с.68-81]
9. Які розрізняють види трансферу? [3, с.68-81]
10. Які є види закладів розміщення? [3, с.68-81]
11. Які номери є за категорією розміщення? [3, с.68-81]
12. Які комбінації розміщення та типу харчування розрізняють в туризмі? [3, с.68-81]
13. Що таке віза? [3, с.68-81]
14. Що таке програма перебування туристів? [4, с.76-80]
15. З яких елементів складається програма перебування? [4, с.76-80]
16. Які принципи та вимоги висувають до формування програм перебування? [4, с.76-80]
17. Які позиції визначають при формуванні програми перебування? [4, с.76-80]
18. Що таке програма перебування туристів? [4, с.76-80]
19. З яких елементів складається програма перебування? [4, с.76-80]
20. Які принципи та вимоги висувають до формування програм перебування? [4, с.76-80]
21. Які позиції визначають при формуванні програми перебування? [4, с.76-80]
22. З яких ланок складається технологія організації туру? [3, с.82-84]
23. Які є комп'ютерні системи бронювання туристичних послуг? [4, с.72-76]
24. Що є завданнями представників рецептивного туроператора? [4, с.72-76]
25. Що належить до функцій представника туристичної фірми за кордоном? [4, с.72-76]
26. Які професійні вимоги висуваються до представників туроператора? [4, с.72-76]
27. Які є методи контролю за якістю туристичних послуг? [4, с.72-76]
28. В чому різниця між комітмент та елотмент? [3, с.105-125]
29. Що розуміють під блоком місць? [3, с.105-125]
30. Що обмовлюється в чартерному договорі? [3, с.105-125]
31. Які існують варіанти продажу блоків місць на чартер? [3, с.105-125]
32. Що включає договір з музеєм? [3, с.105-125]
33. Що є основними функціями зарубіжних представників туроператора? [3, с.105-125]

#### 3.4. Модуль ЗМ-П1, ЗМ-П2 „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, цілі та завдання управління якістю туристичних послуг, критерії оцінки якості комплексного туристичного продукту, 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 цих модулів здійснюється викладачем під час проведення практичних занять шляхом перевірки якості розв'язання задач та розробки туру, наведених в практичних модулях.

Приклад виконання завдання модульної контрольної роботи модуля ЗМ-ПІ наведено в методичних вказівках до організації практичних занять з дисципліни «Основи туropolерейтингу» [5], с.12-19.

#### **4. ПИТАННЯ ДО ЗАХОДІВ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

##### **4.1. Тестові завдання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-ПІ.**

1. Туроператори, які відправляють туристів за кордон або інші регіони за домовленістю з приймаючими операторами або безпосередньо з туристичними підприємствами, це [4, с.108-113]
2. Які є види туropolерейтингу? [4, с.6-20]
3. Основним завданням туropolератора виступає: [3, с.36-40]
4. Оператори, що формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни за кордоном, це: [4, с.8-14]
5. Ціноутворення на туристичному ринку – це функція: [3, с.41-44]
6. Туроператори, що продають велику кількість турпродукту, спрямованого на масовий попит, це: [4, с.8-14]
7. Які є види туropolераторів за профілем виробничої діяльності? [4, с.6-20]
8. Оператори, що здійснюють діяльність у певному географічному напрямі і пропонують тури одного виду, називаються[4, с.8-14]
9. Основним завданням турагента виступає: [4, с.23-38]
10. За якими ознаками поділяють монопрофільних туropolераторів? [4, с.6-20]
11. Туроператори на прийомі, які комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг, це[4, с.81-104]
12. Яких туropolераторів називають багатопрофільними? [4, с.6-20]

13. Які бувають види спортивних турів? [3, с.57-68]
14. Якими бувають туроператори за місцем діяльності? [4, с.6-20]
15. Оператори, які спеціалізуються на окремо визначеному продукті або сегменті ринку (певна країна, певний вид туризму й т.ін.), це: [4, с.8-14]
16. Що таке інклюзивний тур? [3, с.57-68]
17. Що таке екологічний тур? [3, с.57-68]
18. Які особливості притаманні туристичному продукту? [3, с.53-57]
19. Що таке туристична послуга? [3, с.53-57]
20. Назвіть групи на які розподіляється комплекс туристичних послуг, що включаються в турпродукт? [3, с.53-57]
21. Оператори, які формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни в межах країни, це: [4, с.6-8]

#### 4.2. Тестові завдання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-Л2.

1. Географічна територія, що має певні межі, що може залучати й задовольняти потреби досить широкої групи туристів [3, с.53-57]
2. Першим етапом роботи рецептивного туроператора при зустрічі з туристом є: [4, с.81-104]
3. Туроператор, це [4, с.6-20]
4. 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: [3, с.41-44]
5. Назвіть складові турпаketу? [3, с.68-81]
6. Перевагою монопрофільних туроператорів є: [4, с.8-14]
7. Віза –це: [3, с.68-81]
8. Які є види закладів розміщення? [3, с.68-81]
9. Набір послуг, що надаються туристам у відповідності з їх потребами і тематикою туру, заздалегідь оплачений і розподілений за часом – це [4, с.76-80]
10. Трансфер – це: [3, с.68-81]
11. Турагент це [4, с.23-38]
12. Що з переліченого нижче відноситься до однієї з основних обов'язків туроператора: [4, с.23-29]
13. Які розрізняють види трансферу? [3, с.68-81]
14. Які є комп'ютерні системи бронювання туристичних послуг? [4, с.72-76]
15. Завданнями представників рецептивного туроператора є: [4, с.72-76]
16. Що із переліченого належить до функцій представника туристичної фірми за кордоном: [4, с.72-76]
17. Яка з нижчеперелічених функцій відноситься до основних обов'язків турагента: [4, с.23-38]

18. Які номери є за категорією розміщення? [3, с.68-81]

19. 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 відряджень та ознайомчих подорожей [3, с.41-44]

20. Інклюзивний тур- це: [3, с.57-68]

21. Екологічний тур – це: [3, с.57-68]

#### 4.4. Типові задачі до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-П2.

**Задача 1.** Турфірма надає певну послугу. Середні змінні витрати на її виробництво і реалізацію складають 230 грн. Ціна одиниці турпослуги дорівнює 350 грн. Постійні витрати становлять 30 000 грн. Потрібно розрахувати, який прибуток отримає фірма при реалізації 2500 одиниць цієї послуги.

**Задача 2.** Санаторій планує обслужити 7 500 гостей. Середні змінні витрати на одну путівку складають 1350 грн, а постійні витрати – 2500 тис. грн. Запланований прибуток санаторію на рівні 500 тис. грн. Розрахуйте середню вартість путівки в цей санаторій.

**Задача 3.** Туристична фірма надає два типи послуг: А і Б. Її діяльність характеризується наступними даними (тис. грн.):

Показник	Послуга А	Послуга Б	Всього
Виручка	910	740	1650
Змінні витрати	700	680	1380
Постійні витрати			230
Прибуток			40

Зробіть оцінку стану турфірми, розрахувавши її порогову виручку та запас міцності.

**Задача 4.** Турфірма надає певний вид послуг. Є такі вихідні дані: постійні витрати - 300 тис. грн.; ціна одиниці послуги - 600 грн.; середні змінні витрати - 450 грн. Треба визначити:

а) порогову виручку (критичний обсяг продажів);

б) обсяг продажів, що забезпечує прибуток турфірми у розмірі 150 тис. грн.

**Задача 5.** Вартість номеру в готелі, з урахуванням ПДВ, становить 1780 грн. на добу. Ставка ПДВ становить 18%. Визначте суму ПДВ.

Для розв'язання задач рекомендується використовувати літературу [5,8].

## 5. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

### Основна

1. Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. Изд. – К.: Знання, 2007. – 798с.
2. Мальська М.П. Худо В.В. Туристичний бізнес. Підручник. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 368 с.
3. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. – Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. – 440 с.
4. Баєв В. В. Основи туроперейтингу: навч. посіб. / В. В. Баєв. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. — 156 с.
5. Демяненко С.Г., Шуптар-Пориваєва Н.Й. Методичні вказівки до організації практичних занять з дисципліни «Основи туроперейтингу» <http://eprints.library.odku.edu.ua/7447/>

### Додаткова

6. Менеджмент турбюро та організаторів подорожей: Навчальний посібник/ Кравцов С.С., Дрокіна Н.І. – Донецьк:: ДІТБ, 2012. – 236 с.
7. Кекушев В.П., Сергеев В.П., Степаницкий В.Б. Основы менеджмента экологического туризма: Учебное пособие. - М.: Издательство МНЭПУ, 2001. - 60 с.
8. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.
9. Менеджмент туризма : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с.
10. <http://www.greentour.com.ua/>